

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной  
работе

                    Лейфа                     А.В. Лейфа

« 2 » марта 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине

МДК.04.05 Маркетинг

Специальность 38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Квалификация выпускника – Операционный логист

Год набора – 2023

Курс     3     Семестр     6    

Общая трудоемкость дисциплины 36.0 (академ. час)

Составитель Е.А. Фисенко, преподаватель,

Факультет среднего профессионального образования

ЦМК социально-экономических дисциплин

2023

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.04.2022 № 257

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры социально-экономических дисциплин

16.02.2023 г. , протокол № 6

Заведующий кафедрой Кирилук Н.В. Кирилук

СОГЛАСОВАНО

Зам. декана по учебной работе

Дрёмина Н.В. Дрёмина

« 2 » марта 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 2 » марта 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Кирилук Н.В. Кирилук

« 2 » марта 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и  
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 2 » марта 2023 г.

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цель дисциплины:

Программа междисциплинарного курса МДК.04.05 Маркетинг является частью ПМ.04 Планирование и оценка эффективности работы логистических систем, контроль логистических операций специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике

Программа междисциплинарного курса МДК.04.05 Маркетинг может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке направления: экономика, бухгалтерский учет, логистика, предпринимательство.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Программа междисциплинарного курса МДК.04.05 Маркетинг относится к группе дисциплин профессионального цикла, читается в 6 семестре в объеме 36 часов.

Для успешного освоения курса обучающиеся должны владеть компетенциями, полученными при изучении дисциплин: экономика организации, основы предпринимательства, бизнес-план.

На компетенциях, формируемых дисциплиной базируются сдача экзамена по модулю.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

### 3.1. Общие компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общих компетенций	Код и наименование общих компетенции	Код и наименование индикатора достижения общей компетенции
ОК 04.	ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	Умения: организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами. Знания: психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности.
ОК 05.	ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Умения: компетентно излагать свои мысли на государственном языке; грамотно оформлять документы. Знания: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.

### 3.2. Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональных компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК 5.3.	ПК 5.3. Креативное мышление	Иметь практический опыт способность человека генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагироваться от стандартных моделей: перестраивать

		<p>сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов.</p> <p>Знать: основные виды цифрового контента, способы создания, модификации, интеграции данных.</p> <p>Уметь: ориентироваться в инструментальных средствах по созданию электронных материалов.</p>
ПК 5.4.	ПК 5.4. Управление информацией и данными.	<p>Иметь практический опыт искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач.</p> <p>Знать: менеджмент информационного контента управления проектами, просмотр, поиск и фильтрация данных, информации цифрового контента; основы информационной безопасности.</p> <p>Уметь: проектировать деятельность с использованием цифровых образовательных ресурсов.</p>
ПК 5.5.	ПК 5.5. Критическое мышление в цифровой среде	<p>Иметь практический опыт а проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.</p> <p>Знать: интеллектуальные системы и технологии, оценку данных, информации и цифрового контента.</p> <p>Уметь: находить, анализировать, структурировать информацию для создания электронных материалов.</p>

#### 4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1.00 зачетных единицы, 36.0 академических



	ная политика												
11	Тема 10. Организационные структуры маркетинга	6	2										Опрос
11	Промежуточная аттестация	6											
	Итого		20.0	16.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	
1	Тема 1. Сущность маркетинга	Маркетинг как экономическая категория. Основные понятия маркетинга. Основные концепции маркетинга. Принципы маркетинга. Функции маркетинга. Комплекс маркетинга.	
2	Тема 2. Маркетинговая среда предприятия	Понятие маркетинговой среды. Сущность макросреды предприятия. Сущность микросреды предприятия. SWOT-анализ.	
3	Тема 3. Сегментирование рынка	Понятие и роль сегментов рынка. Признаки сегментирования потребительского рынка. Критерии выбора целевого сегмента. Позиционирование товара.	
4	Тема 4. Поведение потребителей	Внешние и внутренние факторы влияния на поведение потребителей. Сущность мотивации. Этапы принятия потребительского решения.	
5	Тема 5. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Маркетинговая информация: понятие и сущность. Маркетинговые исследования: понятие, цели, задачи и объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований. Методы маркетинговых исследований.	
6	Тема 6. Товарная политика	Основные виды товаров. Жизненный цикл товара (ЖЦТ). ЖЦТ и маркетинговая стратегия.	
7	Тема 7. Ценовая политика	Понятие, сущность и виды цен. Ценовые стратегии. Порядок и методы ценообразования.	
8	Тема 8. Сбытовая политика	Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Каналы распределения: виды, уровни. Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Каналы товародвижения.	
9	Тема 9. Коммуникационная политика	Коммуникации в маркетинге. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы. Понятие и сущность стимулирования сбыта. Виды инструментов стимулирования сбыта. Личная продажа: понятие и особенности. Сущность, понятие, история возникновения PR. Цели, виды и функции PR. Фирменный стиль: цели, элементы, носители.	

10	Тема 10. Организационные структуры маркетинга	Организационные структуры управления маркетингом: сильные и слабые стороны различных маркетинговых структур. Контроль маркетинга: виды, объекты, цели, назначение.
----	---	--

## 5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Практическая работа 1	Виды маркетинга с точки зрения спроса
Практическая работа 2	Система маркетинга современной организации
Практическая работа 3	Анализ маркетинговой среды предприятия
Практическая работа 4	Сегментирование рынка и потребителей
Практическая работа 5	Позиционирование товара
Практическая работа 6	Разработка варианта анкеты, проведение маркетингового исследования
Практическая работа 7	Разработка товарного досье

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

### 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Результаты освоения дисциплины достигаются за счет использования в процессе обучения современных инструментальных средств: лекции с применением мультимедийных технологий, современного программного и аппаратного обеспечения.

Формы/Методы	лекционные занятия	практические/лабораторные/семинарские занятия
Разбор конкретной ситуации	Маркетинговая среда предприятия	Анализ маркетинговой среды предприятия
Метод проектов	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Разработка варианта анкеты, проведение маркетингового исследования

### 8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Вопросы к промежуточной аттестации в форме д.ф.к.

- 1 Сущность понятия «Маркетинг».
- 2 Основные понятия маркетинга.
- 3 Классификация видов маркетинга.
- 4 Основные функции и принципы маркетинга.
- 5 Факторы макросреды предприятия.
- 6 Факторы микросреды предприятия.
- 7 Роль и значение маркетинга в деятельности предприятия.
- 8 Система маркетинговой деятельности предприятия.
- 9 Исследование, анализ и прогнозирование рынка.
- 10 Разработка комплекса маркетинга по видам продукции и услуг.
- 11 Управление маркетинговой деятельностью на предприятии.
- 12 Понятие сегментирования рынка, цели, задачи.
- 13 Принципы сегментирования рынков потребительского и производственного назначения.
- 14 Этапы сегментирования рынка.

- 15 Выбор целевого сегмента.
- 16 Позиционирование товара, стратегии позиционирования.
- 17 Понятие и сущность маркетинговых исследований.
- 18 Этапы процесса маркетинговых исследований.
- 19 Методы маркетинговых исследований.
- 20 Товарная политика предприятия.
- 21 Жизненный цикл товара и задачи маркетинга на различных его этапах.
- 22 Товарный ассортимент, товарная номенклатура.
- 23 Новый товар в маркетинге.
- 24 Упаковка и маркировка товара.
- 25 Сущность политики ценообразования на предприятии.
- 26 Этапы процесса ценообразования.
- 27 Методы ценообразования.
- 28 Разработка стратегии ценообразования.
- 29 Каналы распределения продукции в маркетинге.
- 30 Разработка структуры каналов распределения.
- 31 Участники каналов распределения.
- 32 Маркетинговые коммуникации: понятия, основные инструменты.
- 33 Реклама в системе маркетинга.
- 34 Система стимулирования сбыта на предприятии.
- 35 Сущность, понятие службы маркетинга на предприятии.
- 36 Виды организационных структур маркетинга.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Формы и методы контроля и оценки
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	Практическая работа
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Опрос
ПК 5.3. Креативное мышление	Практическая работа
ПК 5.4. Управление информацией и данными.	Практическая работа
ПК 5.5. Критическое мышление в цифровой среде	Практическая работа

## **9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **а) литература**

Основная литература

- 1) Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 495 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12516-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518996>
- 2) Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511695>
- 3) Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88760.html>



#### Дополнительная литература

- 1) Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531422>
- 2) Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510420>
- 3) Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86471.html>
- 4) Основы маркетинга : лабораторный практикум для СПО / составители Г. Т. Анурова, О. С. Спицына. — Саратов : Профобразование, 2019. — 103 с. — ISBN 978-5-4488-0318-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86143.html>

#### б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL <a href="https://ru.libreoffice.org/about-us/license/">https://ru.libreoffice.org/about-us/license/</a>
2	Mozilla Firefox	Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 <a href="https://www.mozilla.org/en-US/MPL/">https://www.mozilla.org/en-US/MPL/</a>

#### в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

### 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Занятия по учебной дисциплине проводятся в учебном кабинете.

Оборудование кабинета: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор, проекционный экран, ПК.