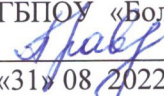


Министерство транспорта Тверской области  
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Бологовский колледж»

«Согласовано»  
Зам. директора по УР  
ГБПОУ «Бологовский колледж»  
 / С.М. Правдина  
«31» 08 2022 г.



«Утверждаю»  
Директор  
ГБПОУ «Бологовский колледж»  
/ В.С. Мищенко  
«31» 08 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП. 12. Маркетинг

для специальности

38.02.01 Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям)

г. Бологое  
2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины ОП. 12. Маркетинг предназначена для реализации основной профессиональной образовательной программы СПО при подготовке специалистов среднего звена на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования.

Программа разработана на основе требований ФГОС образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования по специальности 38.02.01. Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям), предъявляемых к структуре, содержанию и результатам освоения учебной дисциплины ОП.12. Маркетинг

Организация – разработчик ГБПОУ «Бологовский колледж»

Разработчик: Тимофеева А.В., преподаватель высшей квалификационной категории ГБПОУ «Бологовский колледж»

Рассмотрена на заседании предметно – цикловой комиссии преподавателей

Протокол № от «1» 31.08.2022 года

Председатель ПЦК: \_\_\_\_\_ /А.В. Зюзько /

## СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	15

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП. 12. Маркетинг**

## **1.1. Область применения рабочей программы.**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании экономического направления ( в программах повышения квалификации и переподготовки)

## **1.2. Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы:**

Учебный предмет ОП.12. Маркетинг входит в общепрофессиональный цикл учебного плана основной профессиональной образовательной программы по специальности 38.02.01. Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

## **1.3. Цели и задачи учебной дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- использовать основные категории маркетинга в практической деятельности;
- выявлять сегменты рынка;
- проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;
- проводить опрос потребителей;
- определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга;
- учитывать особенности маркетинга (по отраслям);
- изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения;
- оценивать поведение покупателей.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга;
- принципы и функции маркетинга;
- сущность стратегического планирования в маркетинге;
- этапы жизненного цикла продукции с особенностями маркетинга (по отраслям);

- методы маркетинговых исследований;
- факторы маркетинговой среды;
- критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке;
- модель покупательского поведения;
- стратегию разработки нового товара;
- природу и цели товародвижения, типы посредников;
- ценовые стратегии и методы ценообразования.

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 75 часов, в том числе:  
обязательной аудиторной нагрузки обучающегося – 50 часов;  
самостоятельной работы обучающегося - 25 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результатом освоения учебной дисциплины является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности, в том числе общими ОК, профессиональными (ПК), универсальными (УК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.
ПК 1.1	Обрабатывать первичные бухгалтерские документы.
ПК 4.4	Проводить контроль и анализ информации об имуществе и финансовом положении организации, ее платежеспособности и доходности.
УК.1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК.2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК.3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Наименование результатов обучения приводится в соответствии с текстом вышеназванных ФГОС СПО.

### **3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка(всего)</b>	<b>75</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка(всего)</b>	<b>50</b>
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	26
контрольные работы	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>25</b>
Итоговая аттестация: дифференцированный зачет	

## 2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.12 Маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося	Объем часов	Уровень освоения	Личностные результаты
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Раздел 1. Основы маркетинга</b>		24		ЛР2,ЛР3,ЛР4, ЛР7, ЛР10,ЛР11,ЛР12,ЛР13,ЛР14,ЛР15
<b>Тема 1.1. Сущность маркетинга</b>	Содержание учебного материала Маркетинг как экономическая категория. Основные понятия маркетинга. История развития маркетинга и концепции рыночной экономики. Принципы и функции маркетинга. Управление и комплекс маркетинга. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности бухгалтера.	-		
	Практическое занятие: № 1. Отработка маркетинговых понятий и использование основных категорий маркетинга в практической деятельности.	2	2	
<b>Тема 1.2. Маркетинговая информация и маркетинговое исследование.</b>	Содержание учебного материала Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Вспомогательные системы маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация. Методы маркетинговых исследований.	-		
	Практическое занятие: № 2, № 3 Разработка анкеты и проведение опроса потребителей. Выполнение маркетингового исследования и анализ результатов собранной информации. Принятие маркетинговых решений.	4	2	
<b>Тема 1.3. Окружающая среда</b>	Содержание учебного материала Понятие маркетинговой среды и её составные части.	-		
		2	1	



<b>маркетинга.</b>	Практическое занятие: № 4 Изучение и анализ контролируемых и неконтролируемых факторов маркетинговой среды, влияющих на работу фирмы с учетом особенностей маркетинга в системе АПК.	2	2	
	Содержание учебного материала	-		
	<b>Тема 1.4. Покупательское поведение потребителей.</b>	2	1	
	Модель покупательского поведения. Основные характеристики покупателей. Реакция покупателей на покупку.	8	3	
	Самостоятельная работа: выполнение домашних заданий по разделу 1. Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Состояние спроса и задачи маркетинга. Маркетинговые службы. Факторы маркетинговой среды. Факторы покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке.	30		ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР7, ЛР10, ЛР11, ЛР12, ЛР13, ЛР14, ЛР15
<b>Раздел 2. Основные стратегии маркетинга.</b>	Содержание учебного материала	-		
	<b>Тема 2.1. Сегментирование рынка.</b>	2	1	
	Понятие и роль сегментов рынка. Понятие целевого маркетинга. Способы и стратегии охвата рынка. Пути позиционирования товара на рынке.	2	2	
	Практическое занятие: № 5 Изучение принципов сегментирования. Исследования отдельного сегмента. Отбор целевых сегментов рынка.			
<b>Тема 2.2.</b>	Содержание учебного материала	-		

<b>Стратегическое планирование в маркетинге.</b>	Понятие и сущность стратегического планирования в управлении предприятием. Цель стратегического планирования. Маркетинговая программа.	2	1
	Практическое занятие № 6 Составление плана стратегического развития предприятия.	2	2
	Содержание учебного материала	-	
<b>Тема 2.3. Основа товарной политики.</b>	Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Понятие нового товара в маркетинговой системе. Стратегия разработки нового товара.	2	1
	Практическое занятие: № 7, № 8. Решение о марке товара, упаковка Определение жизненного цикла товара и задач маркетинга.	4	2
<b>Тема 2.4. Ценообразование в маркетинге.</b>	Содержание учебного материала	-	
	Понятие и сущность цены. Типы рынков в зависимости от ценообразования. Цели ценообразования. Зависимость цены от спроса. Методы ценообразования. Факторы влияющие на установление цены продукта. Управление ценами: скидки и демпинг.	2	1
	Основные виды ценовой стратегии	2	1
	Практическое занятие: № 9, № 10 Характеристика цен на конкретном товарном рынке. Определение типа рынка и выбор метода ценообразования.	4	2
	Самостоятельная работа: выполнение домашних заданий по разделу 2. Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Принципы сегментирования. Решение о товарной марке, маркировка. Решение об упаковке товара. Ценовые стратегии в маркетинге.	8	

<b>Раздел 3. Сбытовая функция маркетинга.</b>	<b>Тема 3.1. Организация товародвижения.</b>	Содержание учебного материала	21	ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР7, ЛР10, ЛР11, ЛР12, ЛР13, ЛР14, ЛР15	
		Понятие товародвижения. Цели товародвижения. Организация товародвижения. Значение посредников и каналов распределения и сбыта. Функции каналов товародвижения. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.	2		1
		Практическое занятие: № 11 Обсуждение вопросов организации сбыта. Выбор посредников из нескольких вариантов.	2		2
		Содержание учебного материала	-		
<b>Тема 3.2. Маркетинговые коммуникации.</b>	Понятие ФОССТИС, его составные части и средства. Маркетинговая коммуникация – основная функция ФОССТИС. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, метод прямых продаж.	2	2		
		Содержание учебного материала	-		
<b>Тема 3.3. Рекламное дело.</b>	Содержание учебного материала  Рекламная деятельность. Виды рекламы. Рекламный бюджет. Правила рекламы. Законодательство о рекламе. Каналы и средства распространения рекламы. Практическое занятие: № 12, № 13 Разработка рекламного сообщения. Создание товарного знака и логотипа.	2	1		
		4	2		
		9	3		
		Самостоятельная работа: выполнение домашних заданий по разделу 3.			

	Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Методы и формы распространения товаров. Этапы процесса маркетинговой коммуникации. Стили рекламного обращения. Этапы процесса создания рекламы.			
--	--	--	--	--

1.- ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2.-репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3.-продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

Личностные результаты указываются в соответствии с программой воспитания по специальности.38.02.01 Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям)

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.**

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методических пособий Маркетинг.

Технические средства обучения:

- компьютер, проектор, электронный учебник.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.**

Основные источники:

1. Голембиовский С.А. Русский Маркетинг Изд. Ось-89, 2020.
2. Захарова И.В., Евстигнеева Т.В. Маркетинг в вопросах и решениях М. КНОРУС. 2019.
3. Котлер Ф. Маркетинг – СПб. Питер 2010.
4. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Маркетинг М. КНОРУС. 2019.

Дополнительные источники:

1. Абрамова Г.П. Маркетинг в АПК. – М. Колос, 2018.
2. Багиев Г.Л. Тарасевич В.М. Х.Анн Маркетинг: Учебник для вузов – СПб Питер, 2018.
3. Барышев А.Ф. Маркетинг – М. Академия , 2019.
4. Кондратьев А.Д. Маркетинг: концепции и решения. – М. Олма-Пр. Инвест ,2018.
5. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг-менеджмент. Экспресс-курс/Пер. англ. С.Г.Жильцова – СПб Питер, 2017.
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник/Под.ред. проф. В.А. Алексунина – М: «Дашков и К», 2017.
7. Репьев А. Рекламодатель. М: - ЭКСМО, 2015.
8. Ющук Е. Конкурентная разведка. Маркетинг рисков и возможностей. И. Вершина, 2017.
9. «Маркетинг в России и за рубежом». Практический журнал И.: Дело и сервис.

10.«Практический маркетинг» журнал. Издательство: ВСIMARKETING».

Интернет-ресурсы:

1. [http://www. marketolog.ru/](http://www.marketolog.ru/)- маркетолог
2. <http://www.marketingmix.com/ua/>- маркетинг

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных занятий, исследований.

<b>Результаты обучения (усвоенные умения и знания)</b>	<b>Коды формируемых профессиональных и общих компетенций</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
использовать основные категории маркетинга в практической деятельности;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	тестирование
выявлять сегменты рынка;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	практическое занятие
проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	выполнение исследовательской работы
проводить опрос потребителей;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	практическое занятие
определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	практическое занятие
учитывать особенности маркетинга в системе АПК;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	практическое занятие
изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	домашние работы
оценивать поведение покупателей;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	выполнение исследовательской работы индивидуальные задания
концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	
принципы и функции маркетинга;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	индивидуальные задания
сущность стратегического планирования в маркетинге;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	тестирование
этапы жизненного цикла продукции с учетом особенностей маркетинга в АПК;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	домашние работы
методы маркетинговых исследований;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	индивидуальные задания
критерии и принципы сегментирования, пути	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	выполнение исследовательской работы

позиционирования товара на рынке;		
модель покупательского поведения;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	индивидуальные задания
природу и цели товародвижения, типы посредников;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	домашние работы
стратегию разработки нового товара;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	индивидуальные задания
ценовые стратегии и методы ценообразования;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	индивидуальные задания
цели и средства маркетинговой коммуникации;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	индивидуальные задания
основы рекламной деятельности;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК 4, ОК5, ПК1.1, ПК 4.4	домашние работы