

Приложение _____
к ООП по специальности
38.02.03
Операционная деятельность в логистике

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины ОП.12 «МАРКЕТИНГ»

Екатеринбург
2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	20
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	22

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО «Операционная деятельность в логистике».

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке работников в области логистики при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: входит в профессиональный цикл, относится к общепрофессиональным дисциплинам.

1.2. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам её освоения

В результате освоения дисциплины студент должен:

иметь практический опыт:

- выявления потребностей (спроса) на товары;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации.

уметь:

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

знать:

- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- управление маркетингом.

Изучение дисциплины направлено на дальнейшее формирование **общих компетенций**, включающих в себя способность:

ОК 01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК 02. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

ОК 09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

Изучение дисциплины направлено на дальнейшее формирование **профессиональных компетенций**, включающих в себя способность:

ПК 1.1. Принимать участие в разработке стратегических и оперативных логистических планов на уровне подразделения (участка) логистической системы с учетом целей и задач организации в целом. Организовывать работу элементов логистической системы.

ПК 1.3. Осуществлять выбор поставщиков, перевозчиков, определять тип посредников и каналы распределения.

ПК 2.3. Использовать различные модели и методы управления запасами.

ПК 2.4. Осуществлять управление заказами, запасами, транспортировкой, складированием, грузопереработкой, упаковкой, сервисом.

ПК 3.2. Составлять программу и осуществлять мониторинг показателей работы на уровне подразделения (участка) логистической системы (поставщиков, посредников, перевозчиков и эффективность работы складского хозяйства и каналов распределения).

1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося – 120 час., включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 80 часов (из них 20 часов – практические занятия); самостоятельной работы обучающегося – 40 часов;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	120
Количество часов во взаимодействии с преподавателем	80
в том числе:	
практические занятия	20
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	40
в том числе:	
внеаудиторная самостоятельная работа	40
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	2

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины «МАРКЕТИНГ»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Осваиваемые ОК и ПК
1	2	3	4
Раздел 1. Сущность, функции, концепции и виды маркетинга. Маркетинговая среда.			
Тема 1.1. Маркетинг: концепции, виды, уровни	<p>Содержание учебного материала Понятие «маркетинг». История возникновения маркетинга. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов в области земельно-имущественных отношений. Концепции маркетинга, условия актуальности их использования. Комплекс маркетинга - 4 «Р». Основные требования к социально - этическому маркетингу Соотношение спроса и вида маркетинга: конверсионный, развивающий, поддерживающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, противодействующий маркетинг. Субъекты и объекты маркетинга в области логистики</p> <p>Практическое занятие Концепции и виды маркетинга</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся Краткая характеристика отдельных видов маркетинга. Особенности некоммерческого маркетинга, муниципальный маркетинг.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	<p>ОК 1-ОК 5 ПК 1.1. ПК 2.4.</p>

Тема 1.2. Внутренняя и внешняя среда организации как область маркетинговых исследований	Содержание учебного материала Организация как открытая система, ее взаимоотношения с внешней средой. Факторы внутренней среды организации, их взаимосвязь с внешней средой. Факторы микросреды: потребители, конкуренты, поставщики, кредиторы и инвесторы, гос. институты, группы давления, технология отрасли, их взаимодействие с организацией. Факторы макросреды: политика, экономика, культура, образование, демография, экология. Зависимость организации от факторов макросреды. Необходимость мониторинга внешней среды для успешной деятельности организации и обеспечения конкурентоспособности.	2	ОК 03-ОК 05 ПК 2.3.
	Практическое занятие Взаимодействие организации с внешней средой, реакция на изменения внешней среды	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ влияния внешней среды на организации в сфере логистики	2	
Тема 1.3. Маркетинговое исследование, сегментирование рынка	Содержание учебного материала Маркетинговые коммуникации, маркетинговое исследование. Направления исследования, факторы выбора. Методы сбора и анализа информации: наблюдение, опрос, эксперимент, их разновидности и условия использования. Сегментирование рынка: признаки, правила проведения, работа с маркетинговой информацией, технология анализа. Назначение сегментирования. Критерии выбора сегмента рынка. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении. Позиционирование товара, условия правильного позиционирования. Стратегия ориентации на потребителя.	2 2	ОК 01-ОК 05 ПК 1.1., ПК 1.3.

Тема 2.2. Ценовая и сбытовая политика организации.	Содержание учебного материала Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Рыночный механизм ценообразования. Функции цен Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей.	2	ОК 01-ОК 08, ПК 2.3., ПК 3.2.
	Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Система сбыта.	2-	
	Анализ и оценка эффективности сбытовой политики. Расчет емкости рынка и прогноз продаж	2	
	Практическое занятие Решение задач на прогноз продаж	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Выбор схемы товародвижения для разных видов продукта по заданной ситуации	2	
Тема 2.3. Конкуренция и маркетинговые стратегии	Содержание учебного материала Конкуренция, ее виды и условия использования. Маркетинговые стратегии, их классификация. Факторы, влияющие на выбор стратегии. Стратегии логистических компаний на рынке услуг. Оценка успешности выбранной стратегии	2	ОК 01-ОК 05 ПК 1.1., ПК 1.3.
		2	
	Самостоятельная работа обучающихся Составление таблицы рейтинга современных логистических компаний в РФ	4	
Раздел 3. Продвижение товара. Реклама			
Тема 3.1. Продвижение товара	Содержание учебного материала Методы стимулирования продаж: экономические и психологические. Формы продажи, особенности каждой формы.	2	ОК 01-ОК 09, ПК 1.1., ПК 3.2.
	Выставки-продажи, ярмарки, продажи через торговых агентов. Розничные и оптовые продажи.	2	

	<p>Практические занятия Ярмарка продажа Заключение договора на оказание услуг</p>	<p>2 2</p>	
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентаций, договоров, выступлений для проведения деловой игры</p>	4	
<p>Тема 3.2. Сущность , виды, функции рекламы в коммерческой деятельности</p>	<p>Содержание учебного материала История рекламы, виды рекламы. Место рекламы в коммерческой деятельности и в маркетинговой деятельности. Функции рекламы, Правовые вопросы рекламной деятельности. Принципы и методы рекламной деятельности</p>	2	<p>ОК 01-ОК 08, ПК 3.2.</p>
	<p>Практические занятия 1.Закон о рекламе (работа с текстом)</p>	2	
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Провести наблюдение и описать не менее 3 случаев нарушения Закона о рекламе</p>	2	
	<p>Подготовить сообщение о рекламе по выбранной теме</p>	2	
<p>Тема 3.3. Организация рекламного бизнеса. Промоушинг.</p>	<p>Содержание учебного материала Взаимоотношения между рекламными агентствами (РА) и предприятиями; Проведение рекламного маркетинга, выбор рекламиста, заключение договоров. Уникальное торговое предложение. Планирование рекламной кампании. Современные рекламные стратегии. Реклама в отраслях и сферах</p>	<p>2 2</p>	<p>ОК 01-ОК 05 ПК 1.1., ПК 1.3.</p>
	<p>Самостоятельная работа обучающихся 1. При помощи Интернет-ресурсов собрать и оформить информацию о перечне предлагаемых рекламных услуг и расценках в городе Екатеринбурге. Подготовить сообщение.</p>	2	
	<p>2. Провести наблюдение за промо-акцией в одном из торговых центров города. Отметить плюсы и минусы акции, сделать выводы</p>	4	
<p>Тема 3.4. Создание рекламных текстов</p>	<p>Содержание учебного материала Сочетание речевого воздействия с другими факторами рекламы: средства и приемы рекламного стиля, речи; зависимость языка рекламы от объекта рекламы и типа рекламополучателя, его менталитета.</p>	2	<p>ОК 01- ОК 05, ПК 1.1., ПК 3.2.</p>

	Правила используемые в процессе разработки рекламного текста: рекламная лексика, семиотика, грамматическая специфика, речевая структура	2		
	Практические занятия 1. Закон о рекламе (работа с текстом) 2. Создание рекламных текстов	2 2		
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Провести анализ рекламных текстов 2. Подготовить рекламный текст для конкурса	2 4		
Тема 3.5. Художественно-изобразительные средства рекламы.	Содержание учебного материала Художественно-изобразительные средства рекламы. Художественно-изобразительные средства рекламы в сочетании с рекламными жанрами. Правила размещения рекламы. Реклама и цвет. Реклама и вопросы этики в рекламе. POS- материалы. Реклама в местах продаж. Мерчендайзинг	2 2 2	ОК 01- ОК 05, ПК 1.1., ПК 3.2.	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Проведите анализ навигационной и продвигающей рекламы одного из торговых центров города, заполните аналитическую таблицу 2. Напишите 10 запретов для продавца, сводящего рекламу на «нет»	2		
	Тема 3.6. Личные продажи. Презентация товара. Закон о защите прав потребителей.	Содержание учебного материала Типы покупателей. Психологические аспекты продажи товаров и услуг. Рекламное поведение продавца (менеджера по продажам). Пошаговая техника обслуживания клиентов. Работа с претензиями. Закон о защите прав потребителей.		2 2 2
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ распространенных ошибок продавцов	2		
Итоговое занятие	Дифференцированный зачет	2	ОК 01-ОК 09 ПК 1.1., ПК 1.3., ПК 2.3, ПК 2.4., ПК 3.2.	

Всего	120	
--------------	------------	--

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебных кабинетов « Менеджмента» и «Маркетинга»

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся
- рабочее место преподавателя
- комплект учебно-наглядных пособий
- мел, доска

Технические средства обучения:

- компьютер
- проектор

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Издательство:

Основные источники

1. Алексун В.А. Маркетинг: учебник для СПО, М. Дашков и К. М, 2019 -214 с. ЭБС
2. Маркетинг: Учебное пособие / Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016, ЭБС
3. Маркетинг: учебное пособие для СПО /Морошкин В.А., Контарева Н.А., Курганова Н.Ю./, М., ФОРУМ, 2020, 352 с., ЭБС
4. Маркетинг: учебник для СПО (Федько В.П., Чикатуева Л.А., Третьякова Н.В., Иващенко С.А.), НИЦ ИНФРА-М, 2018, 352 с., ЭБС

Дополнительные источники:

1. Лемешева Ж.С: учебное пособие, М.- Российская таможенная академия, 2017, 809 с., ЭБС
2. Лукина А.В. Маркетинг: учебное пособие, М.- ФОРУМ, 2020, 238 с, ЭБС
3. Резник Г.А. Маркетинг: учебное пособие, -М. ИНФРА-М, 2018, 199 с.: ЭБС
4. Маркетинг: учебное пособие /Басовский Л.Е., Басовская Е.Н./ М., НИЦ ИНФРА-М. , 2018, 233 с, ЭБС
5. Маркетинг- ситуационные задачи и тесты : учебное пособие (Щепакин М.Б., Михайлова В.М., Куренова Д.Г., Кривошеева Е.В.), М.-Магистр, 512 с., ЭБС

Интернет ресурсы:

- <http://www.garant.ru/>
- Федеральный образовательный портал <http://ecsocman.hse.ru/fop.html>
- <http://www.sostav.ru> ,Sostav.RU : маркетинг, реклама, PR : [информационный портал]
[Электронный ресурс].
- <http://www.cfin.ru>- Портал об управленческом менеджменте, консалтинге и маркетинге.
- <http://www.market-pages.ru> - Информационный бизнес-портал, содержащий материалы по экономике, маркетингу, менеджменту и др

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1.	<ul style="list-style-type: none"> - Принимать участие в разработке стратегических и оперативных логистических планов на уровне подразделения (участка) логистической системы с учетом целей и задач организации в целом. Организовывать работу элементов логистической системы. 	<p><i>Текущий контроль в форме:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -выполнения практических работ, - решения ситуативных заданий
ПК 1.3.	<ul style="list-style-type: none"> - Осуществлять выбор поставщиков, перевозчиков, определять тип посредников и каналы распределения. 	<ul style="list-style-type: none"> -разработки дерева проблем и решений - работа с кейсами <p><i>Текущий контроль в форме практических заданий по составлению ABC-анализа, решения ситуативных задач</i></p>
ПК 2.3.	<ul style="list-style-type: none"> - Использовать различные модели и методы управления запасами. 	<p><i>Текущий контроль в форме тестов, практических заданий, решения задач по формированию запасов</i></p>
ПК 2.4.	<p>Составлять программу и осуществлять мониторинг показателей работы на уровне подразделения (участка) логистической системы (поставщиков, посредников, перевозчиков и эффективность работы складского хозяйства и каналов распределения).</p>	<p><i>Текущий контроль в форме решения логистических задач, тестов, выполнения практических заданий</i></p>
ПК 3.2.	<ul style="list-style-type: none"> - Осуществлять управление заказами, запасами, транспортировкой, складированием, грузопереработкой, упаковкой, сервисом 	<p><i>Текущий контроль в форме выполнения практических заданий, решения задач, выполнения тестов</i></p>

ОК 01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК 02. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 07. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий

ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

ОК 09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	– демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы: выполнения ситуативных задач, практических работ, проверочных работ, участия в деловых и ролевых играх.
ОК 02. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области изучения внешней среды, и принятия маркетинговых решений;	
ОК 03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– эффективный поиск необходимой информации; – построение сравнительных таблиц оценки альтернатив, включая электронные; –	
ОК 04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки логистических планов – умение мотивировать себя; – владение приемами тайм-менеджмента, – умение выстраивать собственную карьерную линию	

задач, профессионального и личностного развития		
ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	– уверенное владение интернет-ресурсами, умение выбирать источники информации, проводить маркетинговые исследования, анализировать собранную информацию для определения прозаций организации на рынке услуг	
ОК 06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	– способность успешно взаимодействовать с членами команды при решении профессиональных задач, определение наиболее успешных ролей членов команды	
ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– организация самостоятельных занятий при изучении учебной дисциплины, способность выполнять самостоятельную работу, подготавливать сообщения	
ОК 09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Способность быстро адаптироваться к ситуациям, овладевать новыми знаниями, осваивать новые технологии.	

Критерии оценки:

Результаты освоения учебной программы, освоения компетенций определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

«Отлично» - за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором студент легко ориентируется, умение связывать теорию с практикой, решать практические задачи, умение высказывать и обосновывать свои суждения, грамотное, логическое изложение ответа, качественное внешнее оформление /для письменной формы/.

«Хорошо» - за полное освоение материала, владение понятийным аппаратом, ориентацию в изученном материале, осознанное применение знаний для решения практических задач, грамотное изложение ответа, но содержание и форма ответа имеет некоторые неточности.

«Удовлетворительно» – студент обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических задач, не умеет доказательно обосновать свои суждения.

«Неудовлетворительно» – студент имеет разрозненные бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач