

**МИНИСТЕРСТВО ТРУДА, СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ И ДЕМОГРАФИИ
ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**
ГАПОУ ПО многопрофильный техникум «Мокшанский интернат»

Рассмотрено и одобрено на заседании
объединённой методической комиссии
Протокол № 1 от 30.08 2022 г
Председатель М.К. Муж О.Н.Маринина

Утверждаю:
Зам. директора по УР
Комарова О.В.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.13 «МАРКЕТИНГ»**

по специальности 09.02.07
«Информационные системы и программирование»

2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Маркетинг», предназначена для реализации государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальности 09.02.07 «Информационные системы и программирование».

Рабочая программа учебной дисциплины составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования и с учётом психофизических особенностей обучающегося контингента (инвалиды II, III групп, лица с ослабленным здоровьем).

Содержание материала рабочей программы адаптировано к психофизическим возможностям обучающихся, что способствует развитию профессиональной реабилитации инвалидов и лиц с ослабленным здоровьем.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.13 «МАРКЕТИНГ»

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.13 "Маркетинг" – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 09.02.07 "Информационные системы и программирование", может быть использована при изучении дисциплины в рамках освоения других специальностей СПО.

Программа составлена с учетом психофизических особенностей обучающегося контингента (инвалиды II,III групп, лица с ослабленным здоровьем).

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: учебная дисциплина ОП.13 "Маркетинг" входит в общепрофессиональный цикл рабочего учебного плана.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Дисциплина направлена на формирование общих компетенций (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

– ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;

– выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем;

– организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;

– работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством и клиентами.

знать:

– основные технико-экономические показатели деятельности организации;

– приемы делового и управленческого общения;

– анализ ситуации на рынке товаров и услуг;

– сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;

– формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации;

– современное состояние и перспективы развития маркетинга.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
<i>Объем образовательной нагрузки</i>	<i>48</i>
Самостоятельная учебная работа	2
Всего учебных занятий	46
в том числе:	
теоретическое обучение, в т. ч. в форме практической подготовки	30
практические занятия	14
Консультации	-
Промежуточная аттестация в форме зачета	2

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.13 «Маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенции, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Введение	Цели и задачи предмета	2	
Тема 1. Понятие, сущность и функции маркетинга	Содержание учебного материала		ОК 1, ОК 2, ОК4, ОК 5, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 9.7, ПК 9.10, ПК 11.1
	Понятие и концепция маркетинга. Эпоха производства, эпоха развития, эпоха современного маркетинга. Функции маркетинга, достижение целей. Четыре функции маркетинга. Понятие нужды и потребности, товара и запросов. Удовлетворение потребностей.	10	
	В том числе практических занятий – 4 часа (Пр.работы 1-2)		
Тема 2. Комплекс маркетинга	Содержание учебного материала		ОК 1, ОК 2, ОК4, ОК 5, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 9.7, ПК 9.10, ПК 11.1
	Модель – 4Р. Товарная политика и конкурентная область. Жизненный цикл товара и ценовая политика. Ассортимент и сбытовая политика. Коммуникативная политика, четыре вида воздействия.	10	
	В том числе практических занятий – 4 часа (Пр.работы 3-4)		
Тема 3. Концепция маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала		ОК 1, ОК 2, ОК4, ОК 5, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 9.7, ПК 9.10, ПК 11.1
	Три концепции маркетинга. Концепции ценовых рынков. Производство. Товар. Реклама. Концепция социально-этического маркетинга. Поставщики, посредники, клиентура. Маркетинговая среда.	12	
	В том числе практических занятий – 4 часа (Пр.работы 5-6)		
Тема 4. Сущность и виды маркетинговых исследований	Содержание учебного материала		ОК 1, ОК 2, ОК4, ОК 5, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 9.7, ПК 9.10, ПК 11.1
	Маркетинговые исследования: поиск, сбор, анализ, учет информации и принятие решений. Субъекты маркетинговых исследований. Клиенты, поставщики, посредники. Исследования должны проводиться постоянно, т.к. маркетинг – непрерывный процесс.	10	
	В том числе практических занятий – 2 часа (Пр.работы 7)		
	Зачет	2	
	Самостоятельная работа в форме подготовки докладов для проведения семинара	2	

	по теме: «Работа маркетолога»		
	Всего: Перечень практических работ: 1. Эпоха производства и сбыта. 2. Эпоха современного маркетинга 3. Практическая деятельность маркетинга 4. Товар и запросы, нужда и потребности. 5. Концепции маркетинга. 6. Маркетинговая среда – поставщики, посредники, клиентура. 7. Концепция социально-этического маркетинга.	48	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП. 13 «МАРКЕТИНГ»

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрен «Кабинет социально-экономических дисциплин», оснащенный следующим оборудованием и техническими средствами обучения:

1. Рабочее место преподавателя: стол учителя – 1 шт., стул -1 шт.
2. Рабочие места обучающихся: столы – 9 шт., стулья – 19 шт.
3. Стенды: «Государственная символика РФ»
4. Учебно-методический комплекс по дисциплине «Маркетинг»:
 - рабочая программа по дисциплине;
 - календарно-тематический план;
 - технологические карты;
 - лабораторно-практические работы;
 - аудио- видеоклипы;
 - презентации;
 - электронные учебники;
 - контрольно-оценочные средства;
 - самостоятельные работы для обучающихся
 - учебные наглядные пособия (таблицы, плакаты);
 - тематические папки дидактических материалов;
 - комплект учебно-методической документации;
 - комплект учебников (учебных пособий) по количеству обучающихся.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Электронные издания (электронные ресурсы):

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.
2. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 294 с.
3. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 292 с.
4. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 238 с.
5. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 408 с.
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 433 с.
7. Маркетинг. Учебное пособие. Фомичёва Л.М., Железняков С.С., Чаплыгина М.А., Безуглая Е.В., 2018 г.
8. Основы маркетинга. Учебник и практикум. Н.П.Реброва, 2019 г.
9. Практикум по маркетингу, Кеворков В.В., Кеворков Д.В., 2019 г.
10. Трудовое право. Е. Офман, том I. Часть общая, 2018 г.

3. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.13 "МАРКЕТИНГ"

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Формы и методы оценки</i>
<i>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</i> Основные технико-экономические показатели деятельности организации. Приемы делового и управленческого общения. Анализ ситуации на рынке товаров и услуг. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом. Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации. Современное состояние и перспективы развития маркетинга.	«Отлично» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко. «Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. «Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки. «Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые умения не сформированы, выполненные	• Наблюдение за выполнением практического задания • Оценка выполнения практической работы • Наблюдение за выполнением практического задания • Оценка выполнения практического задания. • Решение ситуационной задачи. • Устные ответы • Тестирование
<i>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</i> Ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире. Выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством и клиентами.		

	учебные задания содержат грубые ошибки.	
--	--	--