

Государственное автономное профессиональное  
образовательное учреждение Тюменской области  
«Тюменский колледж транспортных технологий и сервиса»  
(ГАПОУ ТО «ТКТТС»)

СОГЛАСОВАНО  
заместитель технического директора  
ГК «Автоград»



И.А. Покрышкин

2019 г.

УТВЕРЖДАЮ  
заместитель директора  
по учебно - производственной  
работе

Н.Ф. Борзенко

«17» апреля 2019г.

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебная дисциплина ОП.12 Маркетинг

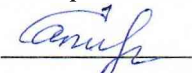
специальность: 23.02.05 Эксплуатация транспортного электрооборудования и автоматики  
(по видам транспорта, за исключением водного)

Тюмень 2019

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 23.02.05 Эксплуатация транспортного электрооборудования и автоматики (по видам транспорта, за исключением водного), приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 апреля 2014 г. N 387.

Рассмотрена на заседании ПЦК

протокол № 9 от «10» апреля 2019 г.

Председатель ПЦК  /И.В. Чаплыгина/

Организация – разработчик: ГАПОУ ТО «ТКГТС»

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12 Маркетинг

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 23.02.05 Эксплуатация транспортного электрооборудования и автоматики (по видам транспорта, за исключением водного) от 22 апреля 2014 г. N 387.

## 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: общепрофессиональный цикл.

*Дисциплина введена за счет вариативной части, в количестве 90 часов, обоснованием для этого являются Региональные требования работодателей. Уметь: Проводить научно практические исследования рынка и производственно-сбытовых возможностей предприятия. Определять наиболее приемлемый сегмент рынка, в отношении которой будет проводить исследование рынка и продвижение товара.*

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- осуществлять исследование отраслевого рынка и его конъюнктуры.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- способы и приемы изучения спроса и продвижения услуг в условиях конкурентной борьбы.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 90 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 60 часов;

самостоятельной работы обучающегося 30 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)	90
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	60
в том числе:	
Практическая работа	18
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	30
в том числе:	
рефераты	10
таблицы-схемы	6
доклады	7
творческие работы	7
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (7 семестр)	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	<b>ВВЕДЕНИЕ В МАРКЕТИНГ</b>	2	
<b>Раздел 1. Основы маркетинга</b>		<b>24</b>	
<b>Тема 1.1. Предпосылки возникновения маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	
	1. Этапы развития маркетинга.		2
	2. Направления рыночной деятельности фирм.		2
	3. Понятие и сущность маркетинга. Классификация маркетинга.		2
	4. Предыстория и социально-философские предпосылки истории возникновения маркетинга.		2
	5. Принципы маркетинга. Концепция маркетинга.		2
	6. Цели и задачи маркетинга. Функции маркетинга.		2
	7. Максимизация.		2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>6</b>	
	1. ВСР №1 Реферат «Основные направления современного маркетинга»		
	2. ВСР №2 Доклад «Основные этапы и направления развития микс-маркетинга»		
	3. ВСР №3 Составление таблицы «Роль маркетинга в деятельности предприятия»		
	<b>Практическая работа</b>	<b>6</b>	
	Практическая работа № 1 Составление таблицы «Концепции маркетинга»	2	
Практическая работа № 2 Конспект «Распространение маркетинга»	2		
Практическая работа № 3 Схема «Цели, задачи и принципы маркетинга»	2		
<b>Тема 1.2. Маркетинговое исследование рынка.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	
	1. Понятие конкуренции. Виды конкуренции.		2
	2. Понятие и сущность маркетингового исследования рынка. Конкурентные стратегии.		2
	3. Товары-заменители. Методы борьбы с товарами-заменителями (субститутами).		2
	4. Методы исследования рынка. Метод экспертных оценок.		2
	5. Метод бенчмаркинга. Исследования с использованием фокус-группы.		2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>6</b>	
	1. ВСР № 4 Реферат «Маркетинговая среда», «Микросреда», «Макросреда ».		
	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	
	1. Понятие и сущность сегментирования. Этапы сегментирования. Виды сегментации. Критерии сегментации рынка.		2

<b>Тема 1.3.</b> Сегментация рынка.	2.	Стратегия и возможности сегментации рынка. Понятие сегмента и ниши рынка. Выбор целевых сегментов.		2
	3.	Классификация потребителей. Характеристики покупателей, влияющие на их поведение при покупке. Личностные и психологические факторы.		2
	4.	Модель покупательского поведения. Направления изучения потребителей.		2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		6	
1.	ВСР № 5 Реферат «Основные направления изучения потребителей»			
<b>Практическая работа</b> Практическая работа № 4 Сравнительная таблица «Виды конкуренции» Практическая работа №5 Таблица «Сегменты рынка» Практическая работа № 6 Конспект «Товары. Виды товаров»		6 2 2 2		
<b>Раздел 2. Реклама. Сбыт товара.</b>		<b>18</b>		
<b>Тема 2.1.</b> Товар.	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>8</b>	
	1.	Понятие товара, классификация товара. Потребительские свойства товара.		2
	2.	Товарный ассортимент. Конкурентоспособность товара.		2
	3.	Маркетинговая стратегия товара. Жизненный цикл товара.		2
	4.	Разработка нового товара. Маркетинговая стратегия на каждом этапе ЖЦТ (жизненный цикл товара).		2
	5.	Сущность и значение товарной политики. Формирование товарной политики. Пути повышения конкурентоспособности товара.		2
	6.	Понятие и сущность товарного знака. Значение товарного знака. Сущность товародвижения.		2
	7.	Упаковка и маркировка товара. Каналы товародвижения.		2
	8.	Понятие, сущность и классификация услуг. Неосвязаемость, неотделимость и непостоянство качества услуг.		2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		4	
1.	ВСР № 6 Реферат «Роль услуг в системе маркетинга», «Дифференцирование предложения товара»			
<b>Тема 2.2.</b> Ценовая политика в маркетинге.	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>8</b>	
	1.	Ценообразование: понятие и сущность. Виды ценообразования. Методы ценообразования.		2
	2.	Маркетинговое понятие цены. Определение цены. Роль цены на рынке.		2
	3.	Регулирование ценообразования.		2
	4.	Показатели финансового положения фирмы. Реакция потребителей на изменения цен.		2

5.	Сбытовая политика предприятия. Система товародвижения. Методы каналов сбыта.		2
6.	Каналы распределения товаров. Формы распределения товаров. Виды торговых посредников.		2
7.	Стратегии продвижения товара. Система продвижения товара.		2
8.	Анализ в маркетинге. Анализ внутренней и внешней среды. Анализ организации сбытовой деятельности на предприятии. SWOT-анализ предприятия		2
9.	Маркетинговые коммуникации продвижения товара. Стимулирование сбыта. Сущность и задачи стимулирования.		2
10	Понятие рекламы, ее цели и функции. Формы рекламы.		2
11	Управление в маркетинге. Маркетинговый контроль. Осуществление маркетинговых мероприятий. Виды контроля в маркетинговой деятельности. Планирование маркетинга.		2
<b>Самостоятельная работа обучающихся.</b>		8	
1.	ВСР №7 Эссе «Аудит маркетинга», «Стратегический контроль»		
2.	ВСР № 8 Реферат «Основы концепции управления предприятием в условиях рынка»		
3.	ВСР № 9 Составление таблицы-схемы «Международный маркетинг»		
<b>Практическая работа</b>		<b>6</b>	
Практическая работа №7 Анализ маркетинга в организации		2	
Практическая работа №8 Таблица «Виды маркетинговых исследований»		2	
Практическая работа №9 Анализ рекламы		2	
<b>Дифференцированный зачет</b>		<b>2</b>	
<b>Всего:</b>		<b>90</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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).

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы дисциплины предусмотрен учебный кабинет социально-экономических дисциплин.

##### Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебный комплект пособий «Обществознание»
- структурно-логические схемы;
- обобщающие таблицы;
- набор презентаций;
- учебно-методический комплекс.

##### Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиапроектор;
- принтер;
- экран.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

##### Основной источник:

- Барышев А.Ф. Маркетинг: учеб. пособие для студ. СПО. – М.: ИЦ «Академия», 2009

##### Дополнительные издания:

- Мурахтанова Н.М. Маркетинг (7-е изд.) учебник 2011
- Мурахтанова Н.М. Маркетинг: Сборник практических задач и ситуаций, уч.пос.2009

##### Электронные издания (электронные ресурсы):

- Основы маркетинга. Краткий курс. [Электронный ресурс]: [сайт]. Режим доступа: <http://rubooks.org/book.php?book=3082>, свободный
- Минко И.С., Степанова А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учеб. пособие / Под ред. И.С. Минко.: СПб.: НИУ ИТМО; ИХиБТ, 2013. Режим доступа: <http://books.ifmo.ru/file/pdf/1456.pdf>, свободный

### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Показатели результатов	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<b>Умения:</b>		
- осуществлять исследование отраслевого рынка и его конъюнктуры.	Успешное распределение основных методов, принципов, целей и задач маркетинга.	Практическая работа – направлена на оценку практических навыков. Обратная связь – направлена на анализ и обсуждение результатов деятельности, выявление сильных/слабых компетенций студента. Тест – направлен на оценку практических навыков
<b>Знания:</b>		
- способы и приемы изучения спроса и продвижения услуг в условиях конкурентной борьбы.	Описывает и характеризует процесс становления маркетинга как науки.	Практическая работа – направлена на оценку практических навыков. Обратная связь – направлена на анализ и обсуждение результатов деятельности, выявление



			сильных/слабых компетенций студента. Тест – направлен на оценку практических навыков
<b>Результаты обучения (развитие профессиональных и общих компетенций)</b>		<b>Показатели результатов</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<b>Шифр</b>	<b>Наименование</b>		
<b>ОК 1.</b>	Понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	выделяет примеры, касающиеся профессиональных задач, объясняет наблюдаемое явление в сочетании с профессиональными знаниями, применяет полученные знания в любой ситуации, связанной с профессиональными задачами	Внеаудиторная, самостоятельная работа выполнение индивидуальных проектных заданий, защита рефератов. Отчёта по проделанной внеаудиторной самостоятельной работе согласно инструкции (представление информационного сообщения).
<b>ОК 2.</b>	Организовывает собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	четко определяет цель своей профессиональной деятельности, ставит задачи, планирует свою деятельность по достижению цели	Текущий контроль в форме тестирования
<b>ОК 3.</b>	Принимает решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	анализирует рабочую ситуацию в соответствии с заданными критериями, указывая ее соответствие \ несоответствие эталонной ситуации; самостоятельно задает критерии для анализа рабочей ситуации на основе заданной эталонной ситуации, самостоятельно принимает решения	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий
<b>ОК 4.</b>	Осуществляет поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	самостоятельно находит источники информации по конкретному вопросу, извлекает и систематизирует информацию по основным источникам, обобщает на основе найденной и проанализированной информации	Отчёта по проделанной внеаудиторной самостоятельной работе согласно инструкции (представление информационного сообщения).
<b>ОК 5.</b>	Использует информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	использует компьютерные программы (Консультант Плюс, Компас, AutoCAD) для решения ситуации, применяет их в своей профессиональной деятельности	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий контроль с помощью технических средств и информационных систем.

<b>ОК 6.</b>	Работает в коллективе и команде, эффективно общается с коллегами, руководством, потребителями	использует особенности личности для групповой работы; высказывает свою точку зрения на поставленную проблему; находит пути решения той или иной проблемы избегая конфликтных ситуаций	Внеаудиторная, самостоятельная работа выполнение индивидуальных проектных заданий, защита рефератов.
<b>ОК 7.</b>	Берет на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	распределяет роли (Координатор (модератор), секретарь, шкипер.) ответственности за результат выполненной работы, осуществляет контроль за выполненной группой работой и вносит коррективы	Самооценка , взаимооценка
<b>ОК 8.</b>	Самостоятельно определяет задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	называет трудности, с которыми столкнулся при решении задачи; указывает «точки успеха» и «точки роста», анализирует и формулирует запрос на внутренние ресурсы (знания, умения, навыки, способы деятельности, ценности, установки, свойства психики) для решения профессиональной задач.	Контрольная работа Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий
<b>ОК 9.</b>	Ориентируется в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	соблюдает требования к технике безопасности; анализирует и предлагает пути решения возникающей проблемы.	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий -устного опроса -контрольной работы