

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО РЫБОЛОВСТВУ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КЕРЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МОРСКОЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
СУДОМЕХАНИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Судомеханического техникума

 Г.И.Калмыкова

« 29 » 05 2020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.14. Маркетинг

программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности

38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Форма обучения: очная

Керчь, 2020г.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Разработчик:
Преподаватель



А.Р. Нестеренко

Программа рассмотрена и одобрена на заседании цикловой комиссии экономики и бухгалтерского учёта

Протокол № 9 от «28» 05 2020г.

Председатель ЦК  Е.В. Зеленченкова

Программа утверждена на заседании учебно-методического совета Судомеханического техникума ФГБОУ ВО «КГМТУ»

Протокол № 9 от «29» 05 2020г.

Согласовано

Зам. директора по УР  Г.Д.Химченко

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины
2. Структура и содержание учебной дисциплины
3. Условия реализации программы учебной дисциплины
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Учебная дисциплина ОП.14 Маркетинг является вариативной частью общепрофессионального цикла программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

Учебная дисциплина ОП.14 Маркетинг обеспечивает формирование общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС СПО по специальности 38.02.01. Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям). Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ОК10, ОК 11.

1.3. Цель и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются следующие умения и знания.

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	Распознавать задачу и/или проблему; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия и реализовывать его; определить необходимые ресурсы.	Актуальный профессиональный и социальный контекст, основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и социальном контексте; особенности денежного обращения (формы расчетов), понятие и сущность финансов, особенности взаимодействия и функционирования хозяйствующих субъектов, финансовые ресурсы хозяйствующих субъектов – структура и состав.
ОК 02	Определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне	Номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации.

	информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска.	
ОК 03	Определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования.	Содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования.
ОК 04	Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	Значимость коллективных решений, работать в группе для решения ситуационных заданий.
ОК 05	Грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.	Особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений.
ОК 09	Применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение.	Современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.
ОК 10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Нормативно-правовые акты международные и РФ в области денежного обращения и финансов.
ОК 11	Выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности.	Основы финансовой грамотности; порядок выстраивания презентации; финансовые инструменты, кредитные банковские продукты.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

- для очной формы обучения:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося – 44 часа,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 38 часов,

самостоятельной работы обучающегося – 4 часа:

консультации – 2 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
	очная форма
Максимальная учебная нагрузка (всего)	44
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	38
в том числе:	
практические занятия	16
Самостоятельная работа обучающегося	4
в том числе:	
подготовка рефератов	4
Консультации *	2
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета	

2.2.1 Тематический план и содержание учебной дисциплины Маркетинг (для очной формы обучения)

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, семинарские занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
Тема 1. Сущность маркетинга и его современная концепция	Содержание учебного материала: Понятие дисциплины, ее цели и задачи. Определение сущности понятия «маркетинг». Эволюция маркетинговой деятельности с учетом видов рынка Концепции маркетингового управления. Основные категории маркетинга. Принципы и функции маркетинга	4
	Семинарское занятие: Сущность маркетинга и его современная концепция	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовить реферат на тему «Макросреда и макросреда фирмы»	1
Тема 2. Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала: Маркетинговые исследования: понятие, направления и классификация исследований. Этапы проведения маркетинговых исследований	2
	Семинарское занятие: Маркетинговые исследования	2
Тема 3 Комплекс маркетинга. Товарная политика организации	Содержание учебного материала: Разработка политик комплекса маркетинга. Применение инструментов маркетинга по отраслям. Товарная политика. Товар в системе маркетинга.	2
	Семинарское занятие: Комплекс маркетинга. Товарная политика организации	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовить реферат на тему «Стратегии маркетинга на различных этапах жизненного цикла товара»	1
Тема 4 Ценовая политика организации	Содержание учебного материала: Ценовая политика как философия ведения бизнеса. Цена как маркетинговая составляющая. Ценовой механизм в деятельности производителя / продавца	2
	Семинарское занятие: Ценовая политика организации	2
Тема 5 Сбытовая политика в маркетинге	Содержание учебного материала: Сбытовая политика в маркетинге. Организация сбыта. Оптовая и розничная торговля как основные методы распределения товара	2
	Семинарское занятие: Сбытовая политика в маркетинге	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовить реферат на тему «Маркетинговое решение о проектировании сбытовой политики и выборе стратегии распределения»	1
Тема 6 Система маркетинговых коммуника-	Содержание учебного материала: Продвижение товара, цели и основные средства продвижения. Этапы разработки эффективной коммуникации	2
	Семинарское занятие: Система маркетинговых коммуникаций	2

ций	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовить реферат на тему «Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций»	1
Тема 7 Управление маркетинговой деятельностью в организации. Разработка маркетинговой стратегии	Содержание учебного материала: Маркетинговый менеджмент, структура и содержание процесса. Основные этапы планирования маркетинга. Маркетинговые стратегии, условия реализации. Организация маркетинга. Маркетинговые технологии, или формы работы маркетинговой службы.	4
	Семинарское занятие: Управление маркетинговой деятельностью в организации. Разработка маркетинговой стратегии	2
Тема 8 Международный маркетинг	Содержание учебного материала: Сущность и основные задачи, решаемые в международном маркетинге Основные функции и факторы развития международного маркетинга. Особенности международного маркетинга	4
	Семинарское занятие: Международный маркетинг	2
	консультации	2
Итого		44

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета, оборудованного для проведения занятий всех видов по учебному плану, текущей и промежуточной аттестации студентов.

Оборудование учебного кабинета:

- оборудованные учебные посадочные места для обучающихся и преподавателя,
- классная доска,
- наглядные материалы.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных и семинарских занятий, путем устного опроса, подготовки рефератов и проведения тестирования, а также выполнения самостоятельных работ.

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать: - экономические основы поведения организации на рынке; - сущность, принципы и функции маркетинга; - организацию служб маркетинга на предприятиях; - содержание маркетинговой деятельности, ее цели и информационное обеспечение; - структуру и содержание маркетинговых программ; - основы международного маркетинга; - принципы сегментации и выбора целевых рыночных сегментов.	знать экономические основы поведения организации на рынке; использовать принципы и функции маркетинга; - организовать служб маркетинга на предприятиях; - строить маркетинговую деятельности, определять ее цели и информационное обеспечение; - разрабатывать структуру и содержание маркетинговых программ; - понятие международного маркетинга;	Оценка результатов выполнения практических работ. Оценка выполнения самостоятельных работ. Тест. Устный опрос. Письменный опрос.
В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: - формулировать принципы взаимодействия предприятий с внешней средой, конечными потребителями и другими предприятиями;	- выстраивать работу с внешней средой, конечными потребителями и другими предприятиями; - рассчитывать параметры, необходимые для маркетинговых исследований для информационного обеспе-	Оценка результатов выполнения практических работ. Оценка выполнения самостоя-

<ul style="list-style-type: none"> - обосновывать необходимость маркетинговых исследований для информационного обеспечения управления качеством продукции на предприятии с целью доведения параметров товара до уровня требований потенциального покупателя целевого рынка и создание его конкурентоспособности; - проводить аналитическую и исследовательскую работу с целью повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия, - использовать опыт зарубежных фирм по осуществлению практики и технологии маркетинговой деятельности, - разрабатывать рыночную стратегию и программы маркетинга. 	<p>чения управления качеством продукции на предприятии с целью доведения параметров товара до уровня требований потенциального покупателя целевого рынка и создание его конкурентоспособности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать программу и вести аналитическую и исследовательскую работу с целью повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия, - использование опыта зарубежных фирм по осуществлению практики и технологии маркетинговой деятельности, - разработка рыночной стратегии и программы маркетинга. 	<p>тельных работ. Тест. Устный опрос. Письменный опрос.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------