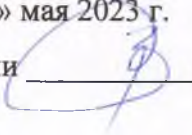




РАССМОТРЕНО И РЕКОМЕНДОВАНО

к утверждению на заседании предметно-цикловой комиссии по специальности 23.02.01  
Организация перевозок и управление на транспорте (по видам)

Протокол № 10 от «11» мая 2023 г.

Председатель комиссии  /Бородина А.А./

Программа учебной дисциплины ОП.15 Маркетинг (по отраслям) разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 23.02.01 Организация перевозок и управление на транспорте (по видам), утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №376 от 22 апреля 2014 г. (ред. от 01.09.2022) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 23.02.01 Организация перевозок и управление на транспорте (по видам)», (зарегистрировано в Минюсте России №32499 от 29 мая 2014 г.).

Организация-разработчик: Профессионально – педагогической колледж ГГТУ

Разработчик:  /Жукова О.А./

## ***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**

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ (ПО ОТРАСЛЯМ)»

## 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Маркетинг (по отраслям)» является обязательной частью общепрофессионального учебного цикла основной образовательной программы – программы подготовки специалистов среднего звена (далее ООП – ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 23.02.01 Организация перевозок и управление на транспорте (по видам).

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 1 – 9, ПК 3.2, ЛР 2,6,8,17-20,23,24,26.

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются общие, профессиональные компетенции и личностные результаты

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 1	У1. выявлять, формировать и удовлетворять потребности; У2. обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; У3. проводить маркетинговые исследования рынка; У4. оценивать конкурентоспособность товаров;	31. составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; 32. средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику; 33. методы изучения рынка, анализа окружающей среды; 34. конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом
ОК 2		
ОК 3		
ОК 4		
ОК 5		
ОК 6		
ОК 7		
ОК 8		
ОК 9		
ПК 3.2		
ЛР 2		
ЛР 6		
ЛР 8		
ЛР 17		
ЛР 18		
ЛР 19		
ЛР 20		

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
<b>Объем образовательной программы учебной дисциплины</b>	108
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>	-
в т. ч.:	
теоретическое обучение	36
лабораторные работы <i>(если предусмотрено)</i>	-
практические занятия <i>(если предусмотрено)</i>	36
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено для специальностей)</i>	-
контрольная работа <i>(если предусмотрено)</i>	-
<i>Самостоятельная работа</i>	36
<b><i>Промежуточная аттестация</i></b>	-

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Маркетинг (по отраслям)</b>			
<b>Тема 1. Основные понятия маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>6/6/4</b>	ОК 1 – 9, ПК 3.2 ЛР 2,6,8,17-20,23,24,26
	1. Понятие маркетинга АТО. Основные объекты маркетинга.	6	
	2. Управление маркетингом. Классификация маркетинга.		
	3. Концепции управления маркетингом. Цели, задачи и принципы маркетинга. Комплекс маркетинга. Система маркетинга АТО.		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>6</b>	
	Практическое занятие 1. Основные объекты маркетинга.	2	
	Практическое занятие 2. Анализ элементов комплекса маркетинга.	2	
	Практическое занятие 3. Система маркетинга АТО.	2	
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4</b>		
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка сообщений, докладов.			
<b>Тема 2. Рынок автотранспортных услуг</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>8/8/4</b>	ОК 1 – 9, ПК 3.2 ЛР 2,6,8,17-20,23,24,26
	1. Маркетинговое понятие рынка автотранспортных услуг. Виды рынков	8	
	2. Целевой маркетинг. Мероприятия целевого маркетинга.		
	3. Сегментирование рынка АТУ. Выбор целевых сегментов и позиционирование товаров на рынке.		
	4. Окружающая среда маркетинга АТО. Контролируемые факторы маркетинговой среды.		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>8</b>	
	Практическое занятие 4. Выбор целевых сегментов и позиционирование товаров на рынке.	2	
	Практическое занятие 5. Анализ конкурентоспособности продукции.	2	
	Практическое занятие 6. Анализ среды существования организации.	2	
	Практическое занятие 7. Контролируемые факторы маркетинговой среды.	2	
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4</b>		
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка сообщений, докладов.			
<b>Тема 3. Основы маркетинга при организации перевозок</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>6/4/4</b>	ОК 1 – 9, ПК 3.2 ЛР 2,6,8,17-20,23,24,26
	1. Понятие товара и услуги в маркетинге. Концепция жизненного цикла товара (услуги).	6	

	2. Практическое применение результатов изучения ЖЦТ. Элементы окружения товара. ЖЦТ на автомобильном транспорте.		
	3. Логистические услуги.		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие 8. ЖЦТ на автомобильном транспорте.	2	
	Практическое занятие 9. Отличительные особенности АТУ.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка сообщений, докладов	<b>4</b>	
<b>Тема 4. Цены в маркетинге. Тарифная политика</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>2/2/4</b>	ОК 1 – 9, ПК 3.2 ЛР 2,6,8,17- 20,23,24,26
	Ценовая политика. Методы ценообразования. Ценовые стратегии. Скидки и наценки.	2	
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическое занятие 10. Анализ ценовой политики организации.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка сообщений, докладов	<b>4</b>	
<b>Тема 5. Маркетинговое распределение</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	<b>4/2/4</b>	ОК 1 – 9, ПК 3.2 ЛР 2,6,8,17- 20,23,24,26
	1. Основные методы системы сбыта продукции. Понятие и функции канала распределения.	4	
	2. Оптовая и розничная торговля.		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическое занятие 11. Формирование сбытовой сети.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка сообщений, докладов	<b>4</b>	
<b>Тема 6. Продвижение товаров и услуг на рынке</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4/4/4</b>	ОК 1 – 9, ПК 3.2 ЛР 2,6,8,17- 20,23,24,26
	1. Понятие и функции маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта. PR- (связи с общественностью).	4	
	2. Реклама. Понятие, виды, функции. Средства рекламы.		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие 12. Стимулирование сбыта.	2	
	Практическое занятие 13. Сервисные услуги.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка сообщений, докладов	<b>2</b>	
<b>Тема 7. Управление маркетингом</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2/4/4</b>	ОК 1 – 9, ПК 3.2 ЛР 2,6,8,17- 20,23,24,26
	1. Функции управления маркетингом. Планирование маркетинга. Маркетинговые стратегии. Организация маркетинга. Контроль маркетинга.	2	
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие 14. Организация маркетинга на предприятии.	2	

	Практическое занятие 15. Анализ функций управления маркетинга.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка сообщений, докладов	4	
<b>Тема 8. Информация в маркетинге</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2/4/4	ОК 1 – 9, ПК 3.2 ЛР 2,6,8,17- 20,23,24,26
	1. Виды и источники маркетинговой информации. Методы сбора и получения маркетинговой информации. Маркетинговые исследования.	2	
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	4	
	Практическое занятие 16. Проведение маркетингового исследования	2	
	Практическое занятие 17. Разработка анкеты для потенциальных потребителей	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка сообщений, докладов	4	
<b>Тема 9. Поведение покупателей</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2/2/4	ОК 1 – 9, ПК 3.2 ЛР 2,6,8,17- 20,23,24,26
	1. Модель поведения индивидуальных покупателей Модель поведения покупателей-организаций. Мотивация потребителей. Концепция жизненного стиля.	2	
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	2	
	Практическое занятие 18. Выявление и удовлетворение потребностей потребителей	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка сообщений, докладов	4	
	<b>Итого – 36</b>	<b>36/36/36</b>	



### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины ОП.15. Маркетинг (по отраслям) предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Гуманитарных и социально-экономических дисциплин»,  
оснащенный оборудованием: комплект аудиторной мебели, рабочая доска, стенды,  
техническими средствами обучения: ноутбук, переносной проектор.

#### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

##### 3.2.1. Основные печатные издания

1. Ким, С.А. Маркетинг: учебник / С.А. Ким. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 258 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02014-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084>

2. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455587>

3. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 314 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-59916-5368-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448543>

##### 3.2.2. Основные электронные издания

1. ЭБС «Университетская библиотека online» - <http://biblioclub.ru/>

2. ЭБС «Лань» - <https://e.lanbook.com/>

3. ЭБС IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/>

4. ЭБС «BOOK.ru» - <http://www.book.ru/>

##### 3.2.3. Дополнительные источники

1. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426329> .

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p><b>Знания:</b>            31. составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;            32. средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;            33. методы изучения рынка, анализа окружающей среды;            34. конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом</p>	<p><b>«Отлично»:</b>            демонстрация глубокого и прочного усвоения знаний программного материала;            исчерпывающее, последовательное, грамотное и логически стройное изложение теоретического материала;            правильность и сформированность определения;            умение делать выводы по излагаемому материалу.</p> <p><b>«Хорошо»:</b>            демонстрация достаточного полного знания программного материала;            демонстрация знаний основных теоретических понятий;            последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал;            умение делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.</p>	<p>1. Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы.            2. Текущий контроль в форме:            индивидуальный и фронтальный опрос в ходе аудиторных занятий, контроль выполнения индивидуальных и групповых заданий.            3. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</p>
<p><b>Умения:</b>            У1. выявлять, формировать и удовлетворять потребности;            У2. обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;            У3. проводить маркетинговые исследования рынка; оценивать конкурентоспособность товаров</p>	<p><b>«Удовлетворительно»:</b>            демонстрация общих знаний изучаемого материала;            умение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса.</p>	<p>1. Оценка результатов выполнения практических и самостоятельных работ.            2. Экспертное наблюдение за ходом выполнения практических и самостоятельных работ</p>
<p>ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций</p>	<p><b>«Неудовлетворительно»:</b>            незнание значительной части программного материала;            наличие существенных ошибок при изложении учебного материала;            неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;            неумение делать выводы по излагаемому материалу.</p>	<p><i>Оценка результатов выполнения практической работы</i></p>
<p>ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях</p>		<p><i>Оценка результатов выполнения практической работы</i></p>

<p>ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства</p>		<p><i>Оценка результатов выполнения практической работы</i></p>
<p>ЛР 17 Приобретающий навыки общения и самоуправления.</p>		<p><i>Оценка результатов выполнения практической работы</i></p>
<p>ЛР 18 Получающий возможности самораскрытия и самореализация личности</p>		<p><i>Оценка результатов выполнения практической работы</i></p>
<p>ЛР 19 Формирующий целостное мировоззрения, соответствующее современному уровню развития науки и общественной практики, учитывающий социальное, культурное, языковое, духовное многообразие современного мира</p>		<p><i>Оценка результатов выполнения практической работы</i></p>
<p>ЛР 20 Формирующий мотивации к активному и ответственному участию в общественной жизни, формировании власти и участию в государственных делах.</p>		<p><i>Оценка результатов выполнения практической работ</i></p>
<p>ЛР 23 Понимающий сущность и социальную значимость своей будущей профессии.</p>		<p><i>Оценка результатов выполнения практической работы</i></p>
<p>ЛР 24 Работающий в коллективе и команде, эффективно общающийся с коллегами, руководством, потребителями.</p>		<p><i>Оценка результатов выполнения практической работы</i></p>
<p>ЛР 26 Демонстрирующий профессиональные навыки в сфере Организации перевозок и управления на транспорте (по видам)</p>		<p><i>Оценка результатов выполнения практической работы</i></p>