

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Государственное автономное профессиональное образовательное
учреждение Московской области «Егорьевский техникум»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.12 МАРКЕТИНГ

к программе подготовки специалистов среднего звена
по специальности

38.02.03 Операционная деятельность в логистике



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
УСИЛЕННОЙ КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат : 4B7BE305144BDE45A3000AABB3604074

Владелец : Пир Александр Александрович

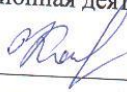
Действителен : С 10.09.2025 по 04.12.2026

г.Егорьевск, 2025 г.

ОДОБРЕНО

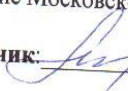
цикловой методической комиссией
преподавателей и мастеров
производственного обучения дисциплин
профессионального цикла
(общепрофессиональных дисциплин и
профессиональных модулей) специальностей
СПО:

38.02.05 Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров, 38.02.08 Торговое
дело, 38.02.03 Операционная деятельность в
логистике

Председатель ЦМК  Кочина
Е.В.

Протокол № 11 от 28.04.2025 г.

Организация-разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное
учреждение Московской области «Егорьевский техникум»

Разработчик:  Мокрова А.А., преподаватель ГАПОУ МО «Егорьевский техникум»

Внутренняя экспертиза

Техническая экспертиза:  Логинова Е.С., начальник метод. кабинета ГАПОУ
МО «Егорьевский техникум»

Содержательная экспертиза:  Кочина Е.В., преподаватель
«Егорьевский техникум» ГАПОУ МО

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе:

Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) по
специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике, утвержденного 21
апреля 2022 г. приказом Министерства образования и науки РФ №257 (зарегистрирован
Министерством юстиции Российской Федерации 2 июня 2022 г., регистрационный №
68712) (далее – ФГОС СПО).

- Основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике, утвержденной
директором ГАПОУ МО «Егорьевский техникум».

- Проекта примерной основной образовательной программы по специальности
38.02.03 Операционная деятельность в логистике (приложение ФГОС утвержденного 21
апреля 2022 г. Приказом Министерства образования и науки РФ №257)

- Рекомендаций по оформлению рабочих программ профессиональных модулей в
соответствии с ФГОС СПО и актуализированными ФГОС.

Содержание программы учебной дисциплины реализуется в процессе освоения
обучающимися образовательной программы по специальности 38.02.03 Операционная
деятельность в логистике с получением среднего общего образования, разработанной в
соответствии с требованиями ФГОС программы подготовки специалистов среднего звена.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ

1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины (далее программа) ОП.12 Маркетинг, является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике, утвержденного 21 апреля 2022 г. приказом Министерства образования и науки РФ №257 и является основой для развития и получения дополнительных компетенций, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда

1.2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Дисциплина «Маркетинг» является частью профессионального цикла.

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

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен освоить основной вид деятельности: применение логистического подхода в профессиональной деятельности, и соответствующие ему общие компетенции, профессиональные компетенции, а также достигнуть личностных результатов.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен:

иметь практический опыт	
уметь	- планировать и организовывать работу подразделения, применяя логистический подход; - применять в профессиональной деятельности приемы логистики; - принимать эффективные решения, используя методологию логистики; - учитывать особенности логистики в области профессиональной деятельности
знать	сущность и характерные черты современной логистики; методы и функции логистики; принципы логистики; - виды логистики и их характерные черты; - основные направления и этапы управления потоками в логистике; - принципы функционирования и управления логистической цепью; - функциональные подсистемы логистики; - логистические концепции и технологии; - нормативно-правовое регулирование логистической деятельности

Спецификация ОК

Формируемые компетенции	Название раздела		
	Дескрипторы сформированности (действия)	Уметь	Знать
ОК 01. Выбирать	Решает	- распознавать задачу и/или	- актуальный

способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	профессиональные задачи с получением эффективного результата	проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - 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; определить необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте. - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Использует современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска	- номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Планирует и реализовывает собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использует знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- 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. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Эффективно взаимодействует и работает в коллективе и команде	- организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	- психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; - основы проектной деятельности
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и	Демонстрирует грамотную и устную и письменную речь в рамках	понимать общий смысл произнесенных высказываний четко на	Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;

иностранном языках;	профессионально й деятельности	известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	основные общеупотребительные и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средства процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности
------------------------	-----------------------------------	--	---

1.4 Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

максимальная учебная нагрузка обучающегося 66 часов, в том числе: обязательная

аудиторная учебная нагрузка обучающегося 66 (в т.ч.: практических работ – 26

ч.)часов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	66
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	66
в том числе:	
Теоретическое обучение	40
практические занятия	26
контрольные работы	-
Консультации	
<i>Итоговая аттестация в форме экзамена</i>	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, контрольная работа, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Формирование компетенции
1	2		3	4
Раздел 1.	Сущность и содержание маркетинговой деятельности		20	
Тема 1.1. Предмет, цели и задачи дисциплины	Содержание учебного материала		2	
	1	Введение. Понятия: маркетинг, рынок, виды рынка, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Значение дисциплины в подготовке специалистов - операционных логистов. Цели, задачи, функции маркетинга.	2	ОК 01 ОК 03
Тема 1.2 Концепции рыночной экономики	Содержание учебного материала		2	
	1	История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность.	2	ОК 01 ОК 03
Тема 1.3. Структура маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала		4	
	1	Классический комплекс маркетинга, понятие, назначение. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности.	2	ОК 02 ОК 04
	2	Основные виды маркетинга по сфере применения, по приоритетности задач. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга.		
	Практическое занятие №1 (текущий контроль). Анализ структуры маркетинговой деятельности организации на конкретном примере		2	
Тема 1.4. Объекты маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала		6	
	1	Объекты: нужда, потребность, спрос. Классификация потребностей, приоритетность потребностей.	4	ОК 01 ОК 03
	2	Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса.		

	Практическое занятие 2 (текущий контроль). Установление основных видов потребностей и товаров как средств их удовлетворения.		2	
Тема 1.5. Субъекты маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала		6	
	1	Первая группа субъектов: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях. Организационные структуры управления маркетингом.	4	ОК 02 ОК 04
	2	Вторая группа субъектов: потребители, поставщики, конкуренты, СМИ, органы государственного, регионального управления и местного самоуправления. Классификация потребителей по разным признакам.		
	Практическое занятие 3 (текущий контроль). Процесс принятия покупательского решения на индивидуальном примере Ответы на контрольные вопросы раздела (промежуточный контроль)		2	
Раздел 2.	Маркетинговая среда предприятия		16	
Тема 2.1. Окружающая среда маркетинга	Содержание учебного материала		6	
	1	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие, субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.	4	ОК 02 ОК 03
	2	Макросреда маркетинга: понятие, субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации.		
	Практическое занятие 4 Анализ окружающей среды торговой организации (анализ слабых и сильных сторон)		2	
Тема 2.2. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей	Содержание учебного материала		4	
	1	Мотивация и модель покупательского поведения. Характеристика покупателей. Процесс принятия решения о покупке.	2	ОК 02 ОК 03
	Практическое занятие 5 (текущий контроль). Процесс принятия покупательского решения на индивидуальном примере 1		2	
	Содержание учебного материала		4	

Тема 2.3 Сегментирование рынка	1	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования	4	ОК 02 ОК 03
	2	Позиционирование товара на рынке: понятие, назначение, условия и способы позиционирования товаров.		
		Выбор целевого рынка. Современные перспективные технологии по созданию долгосрочного предпочтения к товару – брэнддинг.		
Тема 2.4. Конкурентная среда	Содержание учебного материала		4	
	1	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества.	2	ОК 01 ОК 09
	Практическое занятие 6. Ответы на контрольные вопросы по темам раздела. Тестирование.		2	
Раздел 3.	Ценовая политика предприятия		12	
Тема 3.1. Средства маркетинга	Содержание учебного материала		4	
	1	Маркетинговое понятие товара. Классификация товаров. Товарная марка и упаковка. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе.	2	ОК 03 ОК 09
	2	Разработка новых товаров: обоснование необходимости, этапы. Уровни товара и его подкрепление.		
	Практическое занятие 7 (текущий контроль). Решение ситуационных задач по теме		2	
Тема 3.2 Ценовая политика	Содержание учебного материала		4	
	1	Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен.	2	ОК 01 ОК 03
	2	Факторы, влияющие на формирование цены. Стратегии ценообразования.		
	3	Жизненный цикл товара (ЖЦТ), его характеристика, Этапы ЖЦТ. Методы продления ЖЦТ.		
	Практическое занятие 8 (текущий контроль). Решение ситуационных задач		2	
Тема 3.3. Методика расчета	Содержание учебного материала		4	
	1	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации. Выбор метода ценообразования. Расчет исходной цены товара. Решение ситуационных задач.	2	ОК 03 ОК 02.

цен	Практическое занятие 9 Методы ценообразования		2	
Раздел 4.	Сбытовая политика предприятия		4	
<u>Тема 4.1.</u> Система сбыта товаров	Содержание учебного материала		4	
	1	Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта и средства сбыта	2	ОК 03 ОК 09
	2	Критерии выбора каналов сбыта. Краткая характеристика посредников разных типов.		
	3	Оптовая торговля, ее роль в деятельности сбыта продукции. Розничная торговля и ее виды		
	Практическое занятие 10 (текущий контроль). Установление уровней каналов распространения товаров и оценка эффективности сбытовой политики организации.		2	
Раздел 5.	Система маркетинговых коммуникаций		8	
<u>Тема 5.1.</u> Методы маркетинга	Содержание учебного материала		4	
	1	Классификация методов маркетинга как процесс маркетинговой коммуникации. Маркетинговый комплекс продвижения товара. Система маркетинговых коммуникаций (Promotion).	2	ОК 02 ОК 09
	2	Коммуникации и деловое общение. Правила ведения бесед и совещаний. Факторы повышения эффективности делового общения.		
	Практическое занятие 11 (текущий контроль). Деловые коммуникации в маркетинге		2	
<u>Тема 5.2</u> рекламная кампания	Содержание учебного материала		4	
	1	Реклама: понятие, назначение, цели, задачи и функции рекламы. Организация рекламной кампании. Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы.	2	ОК 02 ОК 03
	Практическое занятие 12 (текущий контроль). Калькуляция затрат на проведение рекламной компании		2	
Раздел 6.	Маркетинговые исследования рынка		4	
<u>Тема 6.1.</u> Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала		4	
	1	Маркетинговые исследования: понятие, объекты, цели, задачи. Схема маркетингового исследования. Этапы маркетингового исследования. Методы маркетинговых исследований.	2	ОК 03
	2	Маркетинговая информация: назначение и источники (внутренние и внешние). МИС		

		(маркетинговая информационная система).		ОК 09
	3	Методы сбора и обработки информации. Анкета – важнейший инструмент получения информации.		
	Практическая работа №13 ««Анализ потребителя» как этап в исследовании рынков сбыта»			2
Раздел 7.	Стратегия и планирование маркетинговой деятельности		2	
Тема 7.1. Стратегия, тактика, планирование маркетинга	Содержание учебного материала		2	
	1	Определение понятий: стратегия и тактика. Стратегии маркетинга. Корпоративные, функциональные и инструментальные стратегии. Стратегическое планирование, понятие, основные этапы, контроль над выполнением.	2	ОК 01 ОК 03
Промежуточная аттестация в форме экзамена				
Всего:			66	

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)

Примечание: На занятиях используются активные и интерактивные методы обучения: разбор ситуаций, компьютерные мультимедиа-технологии.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы дисциплины предполагает наличие учебной кабинета социально-экономических дисциплин

Оснащается:

- посадочные места по количеству студентов
- рабочее место преподавателя,
- учебная доска;

Технические средства обучения:

- мультимедийный проектор..

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Е.Е. Кузьмина, Маркетинг, учебник и практикум для СПО, М.: Юрайт, 2022, 384с.
 2. А.А. Тишкина, Маркетинг, учебное пособие для СПО, Спб. ГБПОУ «Александровский лицей», 2024, 90с.
 3. С.В. Карпова, Основы маркетинга, учебник для СПО, М.: Юрайт, 2023, 326с.
 4. О.Н. Жильцова, Маркетинговые исследования, учебник для СПО, М.: Юрайт, 2024г.
- (все источники имеются в электронной библиотеке образовательной организации)

Дополнительная литература:

1. М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. Маркетинг рекламы: Учебное пособие / - 2-е изд. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2024, 144с.
2. Журнал "Маркетинг и маркетинговые исследования "
3. Журнал «Маркетин PRO»

Интернет-ресурсы:

1. <https://biblio-online.ru/>
2. <http://www.marketolog.ru>
3. <https://studopedia.ru/marketing.php>
3. <http://www.marketing.spb.ru>
4. <https://grebennikon.ru/cat-sn-1.html>
6. www.cfin.ru/marketing/index.shtml
7. <https://www.twirpx.com/files/science/marketing/>

3.3. Требования к условиям для достижения обучающихся личностных результатов

Ресурсное обеспечение воспитательной работы направлено на создание условий для осуществления воспитательной деятельности обучающихся, в том числе инвалидов и лиц с ОВЗ, в контексте реализации образовательной программы.

Информационное обеспечение воспитательной работы

Информационное обеспечение воспитательной работы имеет в своей инфраструктуре объекты, обеспеченные средствами связи, компьютерной и мультимедийной техникой,.

Информационное обеспечение воспитательной работы направлено на:

- информирование о возможностях для участия обучающихся в социально значимой деятельности;
- информационную и методическую поддержку воспитательной работы;
- планирование воспитательной работы и её ресурсного обеспечения;
- мониторинг воспитательной работы;
- дистанционное взаимодействие всех участников (обучающихся, педагогических работников, органов управления в сфере образования, общественности);
- дистанционное взаимодействие с другими организациями социальной сферы.

Информационное обеспечение воспитательной работы включает: комплекс информационных ресурсов, в том числе цифровых, совокупность технологических и аппаратных средств (компьютеры, принтеры, сканеры и др.).

Система воспитательной деятельности представлена в:

- Группа в «ВКонтакте»: https://vk.com/tehnikum_epet
- Официальный сайт: <http://егорьевск-техникум.рф>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Типы: педагогический, взаимоконтроль, самоконтроль.

Виды: - текущий

- дифференцированный зачет

Формы: практические работы с последующей защитой, устный опрос, тестирование, составление конспекта по теме.

Инструментарий: тесты, методические указания по выполнению практических работ, карточки-задания, индивидуальные домашние задания, методические рекомендации по подготовке рефератов и т.д

Код и наименование общих компетенций, личностных результатов формируемых в рамках дисциплины	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Демонстрирует навыки выбора способов решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Опрос, оценка и наблюдение во время практических занятий, тестирование, контрольная работа
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Демонстрирует навыки использования современных средств поиска, анализа и интерпретации информации и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности	Опрос, оценка и наблюдение во время практических занятий, тестирование, контрольная работа
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Демонстрирует навыки планирования и реализации собственного профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в профессиональной сфере, использование знаний по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Опрос, оценка и наблюдение во время практических занятий, тестирование, контрольная работа
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Демонстрирует навыки организации работы коллектива и команды; взаимодействия с коллегами,	Опрос, оценка и наблюдение во время практических занятий, тестирование, контрольная работа

	руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	работа
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;	Демонстрирует навыки грамотного использования профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Опрос, оценка и наблюдение во время практических занятий, тестирование, контрольная работа

5.ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В ДРУГИХ ПООП

Учебная дисциплина ПО 12 Маркетинг может быть использована для обучения укрупненной группы профессий и специальностей 38.02.08 Торговое дело.