

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

**Инженерная школа одежды**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«04» \_\_\_\_\_ 04 \_\_\_\_\_ 2023 г.

## Рабочая программа дисциплины

**ОП.12**

**Маркетинг**

Учебный план: \_\_\_\_\_ №23-02-1-35, 22-02-1-35

Код, наименование специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям),  
Предпринимательство

Квалификация выпускника Бухгалтер

Уровень образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: \_\_\_\_\_

### План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	<b>Трудоемкость учебной дисциплины</b>	<b>34</b>	
	<b>Из них аудиторной нагрузки</b>	<b>28</b>	
	Лекции, уроки	8	
	Практические занятия	20	
	Консультации		
	<b>Промежуточная аттестация</b>		
	Курсовой проект (работа)		
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>6</b>		
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен		
	Зачет		
	Контрольная работа	3	

Санкт-Петербург  
2023

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)**, утвержденным приказом Минобрнауки России от **05.02.2018 г. № 69 (ред. от 01.09.2022)**

Составитель(и): Томилова С.В.  
(Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой  
комиссии: Семашкевич С.И.  
(Ф.И.О., подпись)

### **СОГЛАСОВАНИЕ:**

Директор колледжа,  
реализующего  
образовательную программу: Вершигора А.В.  
(Ф.И.О., подпись)

Методический отдел: Ястребова С.А.  
(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

## 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 «ОП.12 Маркетинг»

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

Учебная дисциплина ОП.12 «Маркетинг» является вариативной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учёт» (по отраслям), Предпринимательство.

Учебная дисциплина ОП.12 «Маркетинг» обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учёт» (по отраслям), Предпринимательство. Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 09, ПК 4.4, ПК 4.6.

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	распознавать задачу и/или 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)	роль маркетинга на предприятии в современных условиях рыночной экономики; функции, задачи и принципы маркетинга, сферы применения.
ОК 02	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	основы разработки и реализации стратегии маркетинга на предприятии, основные этапы процесса планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений.
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	основы разработки нового товара, специфику этапов жизненного цикла товаров разных групп; основы проведения маркетинговых исследований, применение их на практике; основные категории маркетинга в практической деятельности; правила выявления сегментов рынка
ОК 04	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	технологии выбора товарной марки, определение жизненного цикла товара;

	иностранном языке	современные технологии поиска вторичной информации для проведения маркетинговых исследований, метода сбора информации для выявления актуальных потребностей потребителей
ПК 4.4	умение пользоваться компьютерными программами для анализа финансовой отчетности, информационными и справочно-правовыми системами, оргтехникой	информация о финансовом положении организации, её платёжеспособности и конкурентоспособности
ПК 4.6	умение составлять (оформлять) финансовые документы, в том числе электронные документы умение осуществлять комплексную проверку финансовых документов	финансово-хозяйственная деятельность организации, анализ информации, полученной в ходе проведения контрольных процедур

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>Тема 1. Понятие и сущность маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	ОК 01, ОК 03
	1. Маркетинг как экономическая категория. Цели, задачи и принципы маркетинга Сферы применения маркетинга Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности	2	
<b>Тема 2. Окружающая среда маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	ОК 03, ОК 04
	1. Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.	1	
	2. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации.	1	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическая работа №1. Анализ факторов окружающей среды, влияющих на работу конкретной фирмы	2	
<b>Тема 3. Рынок и</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5</b>	ОК 02, ОК 03,

<b>рыночные показатели</b>	Понятие рынка, его виды, принципы деятельности. Содержание и основное назначение рыночных показателей: емкость; конъюнктуры рынка; доля рынка, контролируемая фирмой.	1	ОК 04, ПК 4.4, ПК 4.6
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическая работа №2. Расчет основных рыночных показателей	2	
	Практическая работа №3. Текущий контроль	2	
<b>Тема 4. Основы товарной политики и планирование продукции</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5</b>	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 09, ПК 4.4, ПК 4.6
	Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Уровни товара и его подкрепление. РЖЦ товара, его основные этапы. Специфика РЖЦ товаров разных групп. Товарная марка и упаковка. Этапы разработки нового товара. Пробный маркетинг. Коммерческое производство товаров. Проблема сокращения сроков разработки товаров.	1	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическая работа №4. Выбор товарной марки. Определение жизненного цикла товара	2	
	Практическая работа №5. Изучение стадий жизненного цикла товара. Определение подлинности товара по штрих – коду	2	
<b>Тема 5. Покупательское поведение потребителей</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	ОК 03, ОК 04, ОК 09
	Модели покупательского поведения. Основные характеристики покупателей. Особенности поведения различных групп покупателей.		
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическая работа №6. Оценка покупательского поведения различных групп покупателей	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>	
	Изучить процесс принятия решения о покупке товара, составить схему		
<b>Тема 6. Маркетинговые исследования рынка</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 09, ПК 4.4, ПК 4.6
	Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Система маркетинговых исследований: понятия, масштабы, объекты. Вторичная и первичная информация. Анкета – инструмент получения первичной	2	

	информации.		
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическая работа №7. Разработка анкеты для проведения опроса потребителей (наименование товара по варианту)	2	
<b>Тема 7. Стратегическое планирование в маркетинге</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ОК 02, ОК 04, ПК 4.4, ПК 4.6
	Определение понятий: стратегия и тактика. Направление и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора.		
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическая работа №8. Анализ фактического состояния портфеля организации с помощью матрицы Бостонской консультационной группы	2	
	Практическая работа №9. Текущий контроль	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>	
	Анализ конкурентоспособности продукции и установление её конкурентных преимуществ		
<b>Тема 8. Ценовая политика в условиях рынка</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	ОК 02, ОК 04, ПК 4.4, ПК 4.6
	Понятие и сущность цены. Виды цен. Общие подходы к ценообразованию. Факторы, влияющие на установление цены продукта. Влияние цены на спрос и предложение.		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>	
	Реклама как составная часть маркетинговой деятельности. Составление рекламных текстов. Оценка эффективности рекламы разных видов		
<b>Промежуточная аттестация</b> (Контрольная работа. Разработка инновационного проекта. Расчет исходной цены товара.)		<b>2</b>	
<b>Всего:</b>		<b>34</b>	

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Экономика организации», оснащенный оборудованием:

- оборудованные учебные посадочные места для обучающихся и преподавателя
- классная доска (стандартная или интерактивная),

- наглядные материалы, техническими средствами обучения:
- компьютер, оснащенный лицензионными программами Microsoft Windows 10 Pro; Office Standart 2016, с доступом к интернет-ресурсам;
- мультимедийный проектор, интерактивная доска или экран.

## **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

### **3.2.1. Печатные издания**

### **3.2.2. Электронные издания**

#### **а) основная учебная литература**

1. Сухов, В. Д. Маркетинг: учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119290.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг: учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/88760.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
3. Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86471.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

#### **б) дополнительная учебная литература**

1. Константинов, В. И. Маркетинг : учебное пособие / В. И. Константинов. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. — 236 с. — ISBN 978-5-9729-1146-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/132790.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Бердышев, С. Н. Информационный маркетинг : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99365.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Шамис, В. А. Основы маркетинга в различных сферах деятельности : учебное пособие для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 173 с. — ISBN 978-5-4488-1569-0, 978-5-4497-1831-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124751.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
4. Маркетинг и менеджмент в условиях цифровизации экономики : монография / Е. Д. Щетинина, М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева [и др.] ; под редакцией Е. Д. Щетининой. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 192 с. — ISBN 978-5-361-00864-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110209.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### **в) учебно-методическая литература**

1. Маркетинг [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Никитина С. В. — СПб.: СПбГУПТД, 2017.— 27 с.— Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_ext\\_inf\\_publish.php?id=2017252](http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017252), по паролю.



2. Шамис, В. А. Основы маркетинга : практикум для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 100 с. — ISBN 978-5-4488-1655-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134193.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### 3.2.3. Дополнительные источники (электронные ресурсы)

1. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
2. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
3. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
4. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
5. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
6. Журнал Маркетолог: <http://www.marketolog.ru/>
7. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»: <http://www.consultant.ru>.

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>знать</b>:</p> <p>роль маркетинга на предприятии в современных условиях рыночной экономики; функции, задачи и принципы маркетинга, сферы применения.</p> <p>основы разработки и реализации стратегии маркетинга на предприятии, основные этапы процесса планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений.</p> <p>основы разработки нового товара, специфику этапов жизненного цикла товаров разных групп;</p> <p>основы проведения маркетинговых исследований, применение их на практике;</p> <p>основные категории маркетинга в практической деятельности;</p> <p>правила выявления сегментов рынка</p> <p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности</p> <p>технологии выбора товарной марки, определение жизненного цикла товара; современные технологии поиска вторичной информации для проведения маркетинговых</p>	<p>Оценка <b>«отлично»</b> - обладает глубокими, обобщенными, системными знаниями учебного материала в полном объеме и выполняет правильно и грамотно все задания, применяет и подбирает нормативные правовые акты в разрешении практических ситуаций; ориентируется в современной научной и профессиональной терминологии.</p> <p>Оценка <b>«хорошо»</b> - обнаруживает полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил практические задания, максимально приближенные к будущей профессиональной деятельности в стандартных ситуациях, усвоил основную рекомендованную литературу. Содержание и форма ответа имеют отдельные неточности.</p> <p>Оценка <b>«удовлетворительно»</b> - обладает необходимыми знаниями, но допустил неточности в определении понятий, в применении знаний для решения профессиональных задач, в неумении обосновывать свои рассуждения;</p> <p>Оценка <b>«неудовлетворительно»</b> - обнаруживает усвоение учебно-программного материала в объеме, недостаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, не</p>	<p>Экспертная оценка выполнения практических заданий, индивидуальных заданий, исследований, контрольная работа</p>

<p>исследований, метода сбора информации для выявления актуальных потребностей потребителей информация о финансовом положении организации, её платёжеспособности и конкурентоспособности финансово-хозяйственная деятельность организации, анализа информации, полученной в ходе проведения контрольных процедур</p>	<p>справляется самостоятельно с выполнением заданий, предусмотренных программой.</p>	
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>уметь</b>:</p> <p>распознавать задачу и/или 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) 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 определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и</p>	<p>Оценка <b>«отлично»</b> - обучающийся обладает глубокими, обобщенными, системными знаниями учебного материала в полном объеме и выполняет правильно и грамотно все задания, применяет и подбирает нормативные правовые акты в разрешении практических ситуаций; ориентируется в современной научной и профессиональной терминологии.</p> <p>Оценка <b>«хорошо»</b> - обнаруживает полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил практические задания, максимально приближенные к будущей профессиональной деятельности в стандартных ситуациях, усвоил основную рекомендованную литературу. Содержание и форма ответа имеют отдельные неточности.</p> <p>Оценка <b>«удовлетворительно»</b> - обладает необходимыми знаниями, но допустил неточности в определении понятий, в применении знаний для решения профессиональных задач, в неумении обосновывать свои рассуждения;</p> <p>Оценка <b>«неудовлетворительно»</b> - обнаруживает усвоение учебно-программного материала в объеме, недостаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, не справляется самостоятельно с выполнением заданий, предусмотренных программой.</p>	<p>Экспертная оценка выполнения практических заданий, индивидуальных заданий, исследований, контрольная работа</p>

<p>самообразования организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках умение пользоваться компьютерными программами для анализа финансовой отчетности, информационными и справочно-правовыми системами, оргтехникой умение составлять (оформлять) финансовые документы, в том числе электронные документы умение осуществлять комплексную проверку финансовых документов</p>		
---	--	--