



АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «Московский гуманитарный университет»)

Рабочая программа учебной дисциплины

ОП.12. Маркетинг

для специальности

38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

среднего профессионального образования

квалификация выпускника - бухгалтер

Москва, 2018

ОДОБРЕНО
Методический совет Колледжа
Протокол № 2
от «25» октября 2018 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор Колледжа МосГУ
Гушина Е. В. [подпись]
«25» октября 2018 г.

Рассмотрено на заседании цикловой
комиссии «Менеджмент».
Протокол № 2
от «27» сентября 2018 г.
Председатель ЦК
Мироненко Е. М. [подпись]
(подпись)

Составлено в соответствии с
Методическими рекомендациями по
разработке рабочих программ учебных
дисциплин по актуализированным
образовательным стандартам для
преподавателей среднего
профессионального образования,
утвержденными директором Колледжа
МосГУ 30.08.2018 г.

Автор-составитель: Давыдова М. В., преподаватель Колледжа МосГУ

Рецензент: Гусев А. К., канд. экон. н., заведующий кафедрой Менеджмента
АНО ВО «Национальный институт бизнеса»

Ответственный за выпуск: Еремичева Т. С., старший методист Колледжа
МосГУ

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.12. Маркетинг для специальности
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям) среднего
профессионального образования. Автор-сост.: Давыдова М. В. – М.: Изд-во
Московского гуманитарного университета, 2018. – 15 с.

© АНО ВО «Московский гуманитарный университет», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| 1. Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины..... | 4 |
| 2. Структура и содержание учебной дисциплины..... | 6 |
| 3. Условия реализации программы учебной дисциплины..... | 10 |
| 4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины..... | 11 |

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 СПО по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям), квалификация выпускника - бухгалтер.

Учебная дисциплина ОП.12. Маркетинг обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по следующим видам деятельности ФГОС: ВД 1 «Документирование хозяйственных операций и ведение бухгалтерского учета активов организации», ВД 4 «Составление и использование бухгалтерской (финансовой) отчетности» по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учёт. Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии компетенций: ОК 01-ОК 05, ОК 09-ОК 11, ПК 1.3, ПК4.4.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

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

| Код ПК, ОК | Умения | Знания |
|--|---|---|
| ПК 1.3. Проводить учет денежных средств, оформлять денежные и кассовые документы | проводить учет готовой продукции и ее реализации | характеристика готовой продукции; технологию реализации готовой продукции (работ, услуг) |
| ПК 4.4. Проводить контроль и анализ информации об активах и финансовом положении организации, ее платежеспособности и доходности | применять методы внутреннего контроля (интервью, пересчет, обследование, аналитические процедуры, выборка); формировать информационную базу, отражающую ход устранения выявленных контрольными процедурами недостатков | теоретические основы внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни; методы финансового анализа; виды и приемы финансового анализа |
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | распознавать задачу и/или проблему; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять | актуальный, профессиональный и социальный контекст, основные источники информации и ресурсы для решения задач и |

| | | |
|--|---|--|
| | и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия и реализовывать его; определить необходимые ресурсы | проблем в профессиональном и социальном контексте |
| ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой 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 |
| ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие | 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. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами | 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. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке | грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной | особенности социального и культурного контекста; правила оформления |

| | | |
|---|---|---|
| Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе | документов и построения устных сообщений |
| ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности | 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 | пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | нормативно-правовые акты международные и РФ в области маркетинга |
| ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере | 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 |

2. Структура и содержание учебной дисциплины

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Объем часов |
|---|-------------|
| Объем образовательной программы учебной дисциплины | 66 |
| в том числе: | |
| теоретическое обучение (3 семестр) | 28 |
| практические занятия (3 семестр) | 36 |
| самостоятельная работа (3 семестр) | 2 |
| Промежуточная аттестация - в форме контрольной работы (3 семестр). | |

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, формированию которых способствует элемент программы |
|--|--|---------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Раздел 1. Основы маркетинга | | 16 | |
| Тема 1.1. Основные понятия и функции маркетинга. Концепции рыночной экономики | Содержание учебного материала | 8 | ОК 01, ОК 05, ОК 09 |
| | 1. Предмет, цели и задачи дисциплины | | |
| | 2. Основные исторические этапы развития маркетинга | | |
| | В том числе практических занятий | 4 | |
| | 1. Практическая работа «Концепции рыночной экономики» | 2 | |
| 2. Практическая работа «Функции маркетинга» | 2 | | |
| Тема 1.2. Цели и структура маркетинговой деятельности. Классификация маркетинга | Содержание учебного материала | 8 | ОК 01, ОК 05, ОК 09 |
| | 1. Организация маркетинговой деятельности на предприятии | | |
| | 2. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности | | |
| | В том числе практических занятий | 4 | |
| | 1. Практическая работа «Цели и структура маркетинговой деятельности» | 2 | |
| 2. Практическая работа «Виды маркетинга» | 2 | | |
| Раздел 2. Маркетинговые исследования | | 16 | ОК 02, ОК 04 |
| Тема 2.1. Сегментирование рынка | Содержание учебного материала | 8 | |
| | 1. Рынок и его особенности | | |
| | 2. Выбор сегмента рынка | | |

| | | | |
|---|--|-----------|--|
| | В том числе практических занятий | 4 | |
| | 1. Решение ситуационных задач по критериям сегментации рынка | 4 | |
| Тема 2.2. Маркетинговые исследования рынка | Содержание учебного материала | 8 | ПК 4.4, ОК 01-ОК 04, ОК 09-ОК 11 |
| | 1.Маркетинговые исследования рынка. Виды исследований | | |
| | 2. Маркетинговая информация: назначение, источники | | |
| | В том числе практических занятий | 4 | |
| | 1. Проведение маркетингового исследования с целью выявления объема и структуры спроса населения на определенные товары | 2 | |
| | 2. Деловая-игра: «Анализ и прогнозирование товарного рынка. Маркетинговое исследование» | 2 | |
| Раздел 3. Маркетинговая среда | | 8 | |
| Тема 3.1. Окружающая и конкурентная среда маркетинга | Содержание учебного материала | 8 | ОК 02, ОК 04, ОК 10 |
| | 1. Окружающая среда маркетинга: понятие; виды | | |
| | 2. Конкуренция: основные понятия. Виды конкуренции, конкурентная среда | | |
| | В том числе практических занятий и лабораторных работ | 4 | |
| | 1. Анализ внешней и внутренней среды фирмы | 4 | |
| Раздел 4. Комплекс маркетинга | | 24 | |
| Тема 4.1. Товарная политика предприятия | Содержание учебного материала | 6 | ПК 1.3, ОК 01, ОК 10 |
| | 1. Маркетинговое понятие товара | | |
| | В том числе практических занятий | 4 | |
| | 1. Характеристика уровней товара | 2 | |
| | 2. Анализ ЖЦТ на примере | 2 | |
| Тема 4.2. Ценовая | Содержание учебного материала | 6 | ПК 1.3, |

| | | | |
|---|---|-----------|---|
| политика предприятия | 1. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен. Факторы, влияющие на формирование цен. Стратегия ценообразования | | ОК 01, ОК 11 |
| | В том числе практических занятий | 4 | |
| | 1. Решение задач на установление цены на товар | 4 | |
| Тема 4.3. Сбытовая политика предприятия | Содержание учебного материала | 6 | ПК 1,3, ОК 01 |
| | 1. Цели задачи и основные направления сбытовой политики | | |
| | В том числе практических занятий и лабораторных работ | 4 | |
| | 1. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики | 4 | |
| Тема 4.4. Коммуникационная политика предприятия | Содержание учебного материала | 4 | ОК 04, ОК 09 |
| | 1.Реклама. Цели и задачи рекламы | | |
| | В том числе практических занятий | 4 | |
| | 1.Организация рекламной компании | 4 | |
| Промежуточная аттестация (контрольная работа) | | 2 | |
| Самостоятельная работа обучающихся Тематика самостоятельной работы: 1. Маркетинговое исследование рынков некоторых продуктов (на выбор студента) по темам 2.2, 3.1, 4.1 | | 2 | ПК 4.4, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 09, ОК 10, ОК 11 |
| Всего: | | 66 | |

3. Условия реализации программы учебной дисциплины

3.1. Материально-техническое оснащение программы учебной дисциплины

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

1. Лаборатория службы продаж и маркетинга

Оборудование учебной лаборатории:

Посадочные места по количеству обучающихся, информационные стенды, место для обучения ведению переговоров и заключению договоров, учебно-методические материалы. Мультимедиа комплект (передвижной): экран, колонки, проекционный столик, проектор CASIO XJ-F210WN, системный блок с установленным лицензионным программным обеспечением – операционная система Windows, MS Office, Adobe Reader.

2. Лекционный кабинета

Оборудование учебного кабинета:

Учебная лекционная мебель, доска, комплект звукоусиления, экран, проектор Casio ПК i3/4гб с установленным лицензионным программным обеспечением.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы учебной дисциплины библиотечный фонд Колледжа имеет следующие печатные, электронные образовательные и информационные ресурсы:

3.2.1. Печатные издания

1. "О защите прав потребителей" ФЗ- N 2300-I от 7 февраля 1992 г. (с изменениями от 2 июня 1993 г., 9 января 1996 г., 17 декабря 1999 г., 30 декабря 2001 г., 22 августа, 2 ноября, 21 декабря 2004 г., 27 июля 2006 г., 25 ноября 2006 г., 25 октября 2007 г., 23 июля 2008 г., 3 июня 2009 г., 23 ноября 2009 г., 18 июля 2011 г.)

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы, включая профессиональные базы данных)

1. Маркетинг : учебник. Под ред. д-ра экон. наук, проф. В.П. Федько — 2-е изд., испр. и доп. — М. : ИНФРА-М : Академ-центр, 2017. – 368 с. — (Среднее профессиональное образование) — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=881385>
2. Информационно правовой портал - <http://konsultant.ru/>
3. Каталог библиотеки Московского гуманитарного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.mosgu.ru/>
4. Электронное образование в МосГУ [Электронный ресурс ВОС MOODLE]. – Режим доступа: <http://elearn.mosgu.ru>
5. Маркетинг тематический портал - <http://marketing.web-3.ru/>
6. РБК Исследование рынков - <http://marketing.rbc.ru>

7. Российская ассоциация маркетинга - <http://marketing.rbc.ru>

8. Цифровые учебные материалы - <http://abc.vvsu.ru/>

3.2.3. Дополнительные источники (в т.ч. периодические издания)

1. Дьякова Т.М. Маркетинг: учебное пособие/ Дьякова Т.М. — Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 162 с.— [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

Реализация программы учебной дисциплины обеспечивается доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню разделов дисциплины. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечиваются доступом к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде МосГУ (ЭИОС МосГУ).

4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Раздел «Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины» отражает конечные результаты освоения знаний и умений в рамках изучения дисциплины.

| Результаты обучения | Критерии оценки | Методы оценки |
|---|---|--|
| Освоенные знания | | |
| 1. Характеристика готовой продукции; технологию реализации готовой продукции (работ, услуг) | Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. | Оценка результатов выполнения практических работ |
| 2. Теоретические основы внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни; методы финансового анализа; виды и приемы финансового анализа. | | Оценка выполнения самостоятельных работ |
| 3. Актуальный профессиональный и социальный контекст, основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и социальном контексте | | Тест |
| 4. Номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации | | Устный опрос |
| | | Письменный опрос |
| | | Промежуточная аттестация |

| | | |
|---|---|--|
| 5. Содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования | <p>излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач.</p> | |
| 6. Значимость коллективных решений, работать в группе для решения ситуационных заданий | | |
| 7. Особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений | | |
| 8. Современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности | | |
| 9. Нормативно-правовые акты международные и РФ в области маркетинга | | |
| 10. Основы финансовой грамотности; порядок выстраивания презентации; финансовые инструменты, кредитные банковские продукты | <p>Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p> | |
| Освоенные умения | | |
| 1. Проводить учет готовой продукции и ее реализации | <p>Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении</p> | Оценка результатов выполнения практических работ |
| 2. Применять методы внутреннего контроля (интервью, пересчет, обследование, аналитические процедуры, выборка); формировать информационную базу, отражающую ход устранения выявленных контрольными процедурами недостатков | | <p>Оценка выполнения самостоятельных работ</p> <p>Тест</p> <p>Устный опрос</p> <p>Письменный опрос</p> |

| | | |
|---|--|---------------------------------|
| <p>3. 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</p> | <p>заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.</p> <p>Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</p> | <p>Промежуточная аттестация</p> |
| <p>4. 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</p> | <p>Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач.</p> | |
| <p>5. Определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> | <p>Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p> | |
| <p>6. Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p> | | |
| <p>7. Грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p> | | |
| <p>8. Применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение</p> | | |

| | | |
|---|--|--|
| 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | | |
| 10. Выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности | | |

**Лист регистраций изменений,
вносимых в рабочую программу учебной дисциплины
ОП.12. Маркетинг**

| № изменений | Дата | Страницы с изменениями | Перечень и содержание измененных разделов программы |
|------------------------|-------------|-----------------------------------|--|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |