

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Блинова Светлана Павловна
Должность: Заместитель директора по учебно-воспитательной работе
Дата подписания: 06.04.2026 10:46:18
Уникальный программный ключ:
1cafd4e102a27ce11a89a2a7ceb20237f3ab5c65

Министерство науки и образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Заполярье государственный университет им. Н.М. Федоровского»
Политехнический колледж

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

«Маркетинг»

для специальности:

38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

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

Организация-разработчик: Политехнический колледж ФГБОУ ВО «Заполярный государственный университет им. Н.М. Федоровского»

Разработчик:

Заковряшина Ирина Сергеевна, преподаватель

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии социально-экономических и правовых дисциплин

Председатель комиссии



Н.М. Давтаева

Утверждена методическим советом политехнического колледжа ФГБОУ ВО «Заполярный государственный университет им. Н.М. Федоровского»

Протокол заседания методического совета № 2 от «22» 10 2025 г.

Зам. директора по УМР



Е.В. Горпинченко

СОДЕРЖАНИЕ

1 Паспорт рабочей программы учебной дисциплины _____	стр. 4
2 Структура и содержание учебной дисциплины _____	6
3 Условия реализации рабочей программы учебной дисциплины _____	9
4 Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины _____	10

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг»

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы повышенной подготовки в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям).

1.2 Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина входит в общепрофессиональный цикл.

1.3 Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения учебной дисциплины должны быть сформированы следующие *общие компетенции*:

- **ОК 1.** Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
- **ОК 2.** Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
- **ОК 3.** Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
- **ОК 4.** Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
- **ОК 5.** Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

В результате изучения учебной дисциплины должны быть сформированы следующие *профессиональные компетенции*:

- **ПК 1.1.** Обработать первичные бухгалтерские документы;
- **ПК 1.2.** Разрабатывать и согласовывать с руководством организации рабочий план счетов бухгалтерского учета организации;
- **ПК 1.3.** Проводить учет денежных средств, оформлять денежные и кассовые документы;
- **ПК 1.4.** Формировать бухгалтерские проводки по учету активов организации на основе рабочего плана счетов бухгалтерского учета.
- **ПК 2.1.** Формировать бухгалтерские проводки по учету источников активов организации на основе рабочего плана счетов бухгалтерского учета;

- **ПК 2.2.** Выполнять поручения руководства в составе комиссии по инвентаризации активов в местах их хранения;
- **ПК 2.3.** Проводить подготовку к инвентаризации и проверку действительного соответствия фактических данных инвентаризации данным учета;
- **ПК 2.4.** Отражать в бухгалтерских проводках зачет и списание недостачи ценностей (регулировать инвентаризационные разницы) по результатам инвентаризации;
- **ПК 2.5.** Осуществлять сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов;
- **ПК 2.6.** Осуществлять сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов;
- **ПК 2.7.** Выполнять контрольные процедуры и их документирование, готовить и оформлять завершающие материалы по результатам внутреннего контроля.

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг»

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Количество часов
1	2
Обязательная учебная нагрузка (всего)	60
в том числе:	
лекции	50
практические занятия	10
дифференцированный зачет	

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ТЕМА 1 Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга	Содержание учебного материала 1 Маркетинг как экономическая категория. Определение маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные сферы применения маркетинга.	2	ОК 01 ОК 03
ТЕМА 2 Окружающая среда маркетинга	Содержание учебного материала 1 Основные элементы окружающей среды фирмы. Маркетинг как сфера деятельности фирмы.	2	ОК 02 ПК 2.6
ТЕМА 3 Товар и товарная политика в маркетинге	Содержание учебного материала 1 Товар в системе маркетинга и его классификация. 2 Товарная политика. Жизненный цикл товара.	4	ОК 02
	Практическое занятие 1 Изучение и анализ жизненных циклов товаров.	2	ОК 02 ПК 2.7
ТЕМА 4 Конкуренция и конкурентоспособность	Содержание учебного материала 1 Понятие и виды конкуренции. Конкурентоспособность товара и фирмы.	2	ОК 02
	Практическое занятие 2 Оценка конкурентоспособности предприятия и установление ее конкурентных преимуществ	2	ОК 01 ОК 02
ТЕМА 5 Поведение потребителей	Содержание учебного материала 1 Потребители: понятие, классификация по различным признакам. 2 Факторы, оказывающие влияние на решение потребителей о покупке: культурные, социальные, личностные. 3 Процесс принятия решения о покупке.	6	ОК 01 ОК 02 ОК 05
	Практическое занятие 3 Составление анкет, проведение опроса и анализ полученных данных.	2	ПК 2.4 ПК 2.5
ТЕМА 6 Рынки и рыночные показатели	Содержание учебного материала 1 Понятие рынка, его виды и принципы функционирования. 2 Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. 3 Показатели конъюнктуры. Прогнозирование конъюнктуры рынка.	6	ОК 01 ОК 02 ОК 05

ТЕМА 7 Сегментация рынка	Содержание учебного материала 1 Понятие и критерии сегментирования. 2 Сегментирование рынка по группам потребителей, по группам товаров (услуг), по конкурентам.	4	ОК 02 ПК 2.7
ТЕМА 8 Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала 1 Маркетинговая информация. 2 Система маркетинговых исследований.	4	ПК 2.2. ПК 2.3
ТЕМА 9 Ценовая политика в маркетинге	Содержание учебного материала 1 Цена как экономическая категория рыночного хозяйства. Система цен и их классификация. 2 Формирование маркетинговой цены продажи. Ценовые стратегии в маркетинге.	4	ПК 1.3 ПК 2.4
	Практическое занятие 4 Решение задач, связанных с ценообразованием в маркетинге	2	ПК 1.3
ТЕМА 10 Сбытовая политика в маркетинге	Содержание учебного материала 1 Сущность сбытовой политики в маркетинге. Формирование каналов товародвижения (распределения). 2 Система товародвижения в маркетинге. Оптовая торговля. Розничная торговля.	4	ПК 2.1. ПК 2.7
	Практическое занятие 5 Решение задач по реализации сбытовой политики в маркетинге	2	ПК 1.4 ПК 2.1
ТЕМА 11 Продвижение товаров	Содержание учебного материала 1 Коммуникации в маркетинге. Формирование спроса и стимулирование сбыта. 2 Реклама как инструмент продвижения товара на рынок. Виды рекламы. Виды скидок, причины их предоставления. 3 Персональные продажи как инструмент продвижения товара (услуги) на рынок. 4 Стимулирование сбыта. Личная продажа. Пиар и пропаганда. Фирменный стиль, торговая марка организации.	8	ОК 04 ОК 05
ТЕМА 12 Стратегическое маркетинговое планирование и контроль	Содержание учебного материала 1 Стратегическое планирование. Планирование маркетинга. Маркетинговый контроль.	4	ОК 01 ПК 1.2 ПК 2.2 ПК 2.7
	Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета		
	Всего	60	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Маркетинг»

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличие учебного кабинета «Маркетинга».

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методического материала: тестового материала, аутотренинга, ситуационных задач, практических упражнений.
- раздаточный материал.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиапроектор.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Информационное обеспечение обучения: перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов и дополнительной литературы:

- 1 Зеньков, И. В. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие / И. В. Зеньков. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2022. — 330 с.
- 2 Маркетинг : методические рекомендации / составитель Л. А. Каменская. — Сочи : СГУ, 2022. — 36 с.
- 3 Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений: Практикум : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2022. — 95 с.
- 4 Окладчик, С. А. Маркетинг : учебное пособие / С. А. Окладчик. — Иркутск : Иркутский ГАУ, 2020. — 107 с.
- 5 Маркетинг: практикум : учебное пособие / составители Н. Н. Очиртарова, А. Б. Шаралдаева. — Улан-Удэ : БГУ, 2021. — 66 с.
- 6 Маркетинг : учебно-методическое пособие / составители Т. Г. Родионова, О. И. Барина. — Вологда : ВГМХА им. Н.В. Верещагина, 2023. — 86 с.
- 7 Чепаченко, Н. В. Маркетинг: практикум : учебное пособие / Н. В. Чепаченко, С. А. Николихина, Н. А. Половникова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2021. — 49 с.
- 8 Шацкая, И. В. Маркетинг : учебное пособие / И. В. Шацкая. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 180 с.
- 9 Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов дисциплины осуществляются преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении и защите практических работ, при выполнении домашних работ, тестирования, контрольных работ и др. видов текущего контроля.
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении домашних работ, тестирования, контрольных работ и др. видов текущего контроля.
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении домашних работ, тестирования, контрольных работ и др. видов текущего контроля.
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении и защите практических работ, при выполнении домашних работ, тестирования, контрольных работ и др. видов текущего контроля.
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	Экспертная оценка результатов деятельности студентов при выполнении домашних работ, тестирования, контрольных работ и др. видов текущего контроля.