Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Сибирская региональная школа бизнеса (колледж)»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА 02.03 МАРКЕТИНГ

Омск-2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА МАРКЕТИНГ 3
1.1. Область применения программы 4
1.2. Место междисциплинарного курса в структуре основной профессиональной образовательной программы 4
1.3. Цели и задачи междисциплинарного курса – требования к результатам освоения междисциплинарного курса 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА МДК.02.03 МАРКЕТИНГ 7
2.1. Объем междисциплинарного курса и виды учебной работы 7
2.2. Тематический план междисциплинарного курса 8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА МАРКЕТИНГ 16
3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению 16
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА МДК 02.03 МАРКЕТИНГ 16

Авторы
программы:Макарова
Е.В., преподаватель

Рабочая программа междисциплинарного курса МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение является частью программы подготовки специалистов среднего звена специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
на заседании ПЦК бухгалтерско-экономических
дисциплин на 2021-2022 учебный год

Протокол заседания ПЦК №1 от «31» августа 2021 г.
Председатель ПЦК В.В Швыдко

УТВЕРЖДЕНО «31» августа 2021 г.
Зам. директора В.В. Швыдко

1. ПАСПОРТ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА «МАРКЕТИНГ»

1.1. Область применения программы

Программа междисциплинарного курса «Маркетинг» является частью программы подготовки специалистов среднего звена, в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (далее ФГОС СПО). Составлена с учетом программы воспитания и календарным планом воспитательной работы по указанной специальности.

1.2. Место междисциплинарного курса в структуре основной профессиональной образовательной программы

Междисциплинарный курс МДК.02.032 «Маркетинг»входит в профессиональный цикл ПМ.02 «Организация и управление экономической и маркетинговой деятельностью».

1.3. Цели и задачи междисциплинарного курса – требования к результатам освоения междисциплинарного курса

Студент должен развивать и осваивать следующие **общие компетенции**:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

Студент готовится к освоению следующих **профессиональных компетенций и личностные результаты**:

ПК 2.5 Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

ПК 2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8 Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

ЛР 1. Российская гражданская идентичность, патриотизм; прошлое и настоящее многонационального народа России, уважение государственных символов

ЛР 2. Гражданская позиция как активного и ответственного члена российского общества, сознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности;

ЛР 3. Готовность к служению Отечеству, его защите;

ЛР 4. Сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;

ЛР 5. Сформированность основ саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества; готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;

ЛР 6. Толерантное сознание и поведение в поликультурном мире, готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения, способность противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам и другим негативным социальным явлениям;

ЛР 7. Навыки сотрудничества со сверстниками, детьми младшего возраста, взрослыми в образовательной, общественно полезной, учебно- исследовательской, проектной и других видах деятельности;

ЛР8. Нравственное сознание и поведение на основе усвоения общечеловеческих ценностей

ЛР9. Готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию

успешной профессиональной и общественной деятельности

ЛР 10 . Эстетическое отношение к миру, включая эстетику быта, научного и технического творчества, спорта, общественных отношений;

ЛР 11. Принятие и реализацию ценностей здорового и безопасного образа жизни, потребности в физическом самосовершенствовании, занятиях спортивно-оздоровительной деятельностью, неприятие вредных привычек: курения, употребления алкоголя, наркотиков;

ЛР 12. Бережное, ответственное и компетентное отношение к физическому и психологическому здоровью, как собственному, так и других людей, умение оказывать первую помощь;

ЛР13. Осознанный выбор профессии и возможностей реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем;

ЛР 14. Сформированность экологического мышления, понимания влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды; приобретение опыта эколого-направленной деятельности;

ЛР 15. Ответственное отношение к созданию семьи на основе осознанного принятия ценностей семейной жизни.

В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен **уметь:**

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен

знать:

- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.

В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен получить

практический опыт:

- ✓ оформления финансовых документов и отчетов;
- ✓ проведения денежных расчетов;
- ✓ расчёта основных налогов;
- ✓ анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
- ✓ выявления потребностей (спроса) на товары;
- ✓ реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- ✓ участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- ✓ анализа маркетинговой среды организации.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы междисциплинарного курса

всего – 105 часов, в том числе:

1. Максимальной учебной нагрузки обучающегося – 102 часа, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 68 часов, из них:

лекции – 46 часов,

практические занятия – 22 часа,

- самостоятельной работы обучающегося – 34 часа;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА МДК.02.03МАРКЕТИНГ

2.1. Объем междисциплинарного курса и виды учебной работы

Вид учебной работы	*Объем часов*
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**102**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**68**
в том числе:	
лекционные занятия	46
практические занятия	22
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**34**
Промежуточная аттестация в форме экзамена (комплексного).	

2.2. Тематический план междисциплинарного курсаМДК.02.03 МАРКЕТИНГ

Наименование разделов	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Форма проведения активного или интерактивного занятия	Наименование осваиваемых компетенций, при интерактивном или активном занятии	Форма проведения практических занятий с использованием ПК
1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*
МДК 02.03 Маркетинг		**102**			
Раздел 1. Основы маркетинга		**58**		ЛР 1-15	
Тема 1.1. Маркетинг и процесс управления маркетингом	**Содержание учебного материала:**	**7**			
	1. Маркетинг в меняющемся мире. Определение и сущность маркетинга. Управление маркетингом. Концепция маркетинга. Задачи маркетинга. Глобальная маркетинговая среда. Микросреда компании. Макросреда компании.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Практические занятия обучающихся:	**2**			
	Практическое занятие № 1				
	1Анализ внутренней и внешней среды торгового предприятия	2	Кейс-технологии	ПК 2.5, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 10	
	Самостоятельная работа обучающихся:	**3**			
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 1 Написать реферат по следующим темам: 1. Концепция совершенствования производства, совершенствования товара, коммерческих усилий. 2. Состояние спроса и задачи маркетинга. Маркетинговые службы. Основные способы опроса .	3			
Тема 1.2. Анализ маркетинговых	**Содержание учебного материала:**	**13**		ЛР 1-15	

возможностей и разработка маркетинговых стратегий	2.Маркетинговые исследования и маркетинговые коммуникации. Маркетинговая информационная система, процесс маркетингового исследования	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	3.Потребительские рынки и покупательское поведение. Модель покупательского поведения.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	4.Типы поведения потребителей при принятии решения о покупке. Процесс принятия решения о покупке. Поведение покупателей товаров производственного назначения.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	5.Сегментирование и выбор целевого рынка и позиционирования. Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых сегментов.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Практические занятия обучающихся:	**2**		ЛР 1-15	
	Практическое занятие № 2				
	2.Проведение маркетинговых исследований, постановка целей, задач. Методы, исследования рынка: кабинетные, эксперименты, наблюдение, фокус - группы, преимущества и недостатки.	2	Кейс-технологии	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Самостоятельная работа обучающихся:	**3**			
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 2 Отразить схематично принципы сегментирования и дать им краткую характеристику (можно в электронном варианте)	3			
Тема 1.3. Маркетинговый комплекс	**Содержание учебного материала:**	**18**		ЛР 1-15	
	6.Товарная политика компании. Определение товара. Классификация товаров. Решения об отдельных товарах.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	

	7.Решения о товарном ассортименте. Решения о товарной номенклатуре. Маркетинг услуг	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	8.Создание новых товаров и этапы жизненного цикла товаров. Поиск нового и превращение идеи в товар. Маркетинговые стратегии на этапах жизненного цикла товара Стратегия ценообразования.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	9.Понятие каналов распределения. Структура и принципы функционирования каналов распределения.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Практические занятия обучающихся:	**4**			
	Практическое занятие № 3				
	3. Разработка нового товара. Создание новой торговой марки, характеристика, преимущества Разработка товара с улучшенными качествами, улучшение упаковки.	2	Кейс-технологии	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Практическое занятие № 4				
	4.Разработка маркетинговых мероприятий относительно нового товара с учетом его этапов жизненного цикла	2	Кейс-технологии	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Самостоятельная работа обучающихся:	**6**			
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 3 Разработать маркетинговый комплекс по продвижению нового вида товара на рынок (товар выбрать по своему усмотрению). Сделать презентацию товара	6			
Тема 1.4 Маркетинговые	**Содержание учебного материала:**	**20**		ЛР 1-15	

коммуникации	10.Комплекс продвижения товаров. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Процесс коммуникаций.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	11.Реклама, стимулирование сбыта и связи с общественностью. Реклама. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Личная продажа и управление службой сбыта. Прямой и интерактивный маркетинг. Роль и преимущества прямого маркетинга. Формы прямого маркетинга.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	12.Интерактивный маркетинг и электронная торговля. Интегрированный прямой маркетинг. Общественное мнение и этические вопросы в прямом маркетинге	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Практические занятия обучающихся:	**8**			
	Практическое занятие № 5				
	5.Анализ рекламных средств с точки зрения их полезности и эффективности	2	Кейс-технология	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Практическое занятие № 6				
	6.Организация рекламных мероприятий в магазине. Составление плана рекламных мероприятий	2	Кейс-технология	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Самостоятельная работа обучающихся:	**8**			
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 4 Подготовка презентации по Практическому занятию 40 «Организация рекламных мероприятий в магазине. Составление плана рекламных мероприятий»	4			

	Внеаудиторная самостоятельная работа №5 Написать реферат по следующей тематике: 1. Пробный маркетинг 2. Интернет – маркетинг 3. Паблик-релейшнз	4			
	13.Контрольный срез№1	2			
Раздел 2. Искусство продаж		**44**		ЛР 1-15	
2.1 Определение мерчандайзинга.	**Содержание учебного материала:**	**14**			
	14.Определение мерчандайзинга. Задачи мерчандайзинга, функции, инструменты: организация эффективного запаса, эффективная выкладка, представление товаров.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	15.Мерчендайзинг. Типичные ошибки.Сущность и значение мерчандайзинга в розничной сети.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	16.Продуценты и ритейлеры. Общие стратегические цели. Различия, факторы успешности деятельности продавцов. Система мерчандайзинга в магазине. Разработка и внедрение стандартов, регулярная оценка и контроль результатов.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	17.Система мерчандайзинга в магазине. Разработка и внедрение стандартов, регулярная оценка и контроль результатов.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Практические занятия обучающихся:	**2**			
	Практическое занятие № 7				
	7.Разработка стандарта мерчандайзинга для магазина (по вариантам). Общие правила выкладки, эффективный запас, планограмма выкладки товара.	2	Кейс-технология	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	

	Самостоятельная работа обучающихся:	**4**			
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 6 Написать реферат по следующей тематике: 1. Манипулирование в торговле. 2. Сбор информации о клиенте.	4			
Тема 2.2 Психологические аспекты поведения покупателей	**Содержание учебного материала:**	**10**		ЛР 1-15	
	18.Психологические аспекты поведения покупателей. Восприятие человека, эмоции, цвета.Восприятие магазина целевой группой покупателей.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	19.Оформление магазина с учётом знания целевой группы, название, вывеска, слоган.Входная зона, витрины, цветовое оформление торгового зала, парковка.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Практические занятия обучающихся:	**2**			
	Практическое занятие № 8				
	8.Вывеска магазина, название. Разработка названия магазина, примеры удачных и неудачных названий, особенности.	2	Кейс-технология	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 02, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Самостоятельная работа обучающихся:	**4**			
	Внеаудиторная самостоятельная работа №7 Разработать мероприятия для следующих целей: 1. Побуждение клиента к действию. 2. Поиск потенциальных покупателей.	4			
Тема 2.3 Искусство речи продавца	**Содержание учебного материала:**	**20**		ЛР 1-15	
	20.Искусство речи продавца. Побуждение интереса покупателей рекомендацией, выгодой, рассказами и показателями успеха.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.7 ОК 1, ОК 3, ОК 10	

	21.Искусство речи продавца. Слова, создающие настроение, достижения успеха. Осведомительные и наводящие вопросы.Приёмы скрытого воздействия.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.7 ОК1, ОК 3, ОК 10	
	22.Нейтрализация возражений клиента. Панацея, результат на лицо, правила убеждения. Приёмы завершения сделки Общие принципы преодоления возражений клиента, основные приёмы нейтрализации.	2	Дискуссия	ПК 2.5, ПК 2.7 ОК1, ОК 3, ОК 10	
	Практические занятия обучающихся:	**6**			
	Практическое занятие № 9				
	9.Искусство речи продавца. Ведение диалога продавец – покупатель, вежливость, деловой этикет.	2	Кейс-технология	ПК 2.5, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Практическое занятие № 10				
	10.Культура общения продавца с покупателем. Стандарты внешнего вида сотрудников, правила при общении. Создание имиджа продавца.	2	Кейс-технология	ПК 2.5, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	
	Практическое занятие № 11				
	11.Презентация товара. Правила презентации, выбор положительных свойств, демонстрация в действии.	2	Кейс-технология	ПК 2.5, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 1, ОК 2, ОК 3., ОК 4, ОК 7, ОК 10, ОК 12	Презентация
	Самостоятельная работа обучающихся:	**6**			
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 8 Разработать мероприятия для следующих целей: 1. Побуждение клиента к действию. 2. Поиск потенциальных покупателей. **Внеаудиторная самостоятельная работа №9** Написать реферат по следующим тематикам: 1. Особенности освещения продовольственных витрин магазина. 2. Восприятие цвета. Цветовые решения для	2 4			

	оформления магазина. 3. Система навигации в магазине. 4. Оборудования для аромаркетинга.				
	23.Контрольный срез№2 (лекция)	2			
Промежуточная аттестация в форме экзамена (комплексного)					
Всего:		**102**			

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА МАРКЕТИНГ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация междисциплинарного курса предполагает наличие учебного кабинета «Маркетинг»

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Маркетинг»

- рабочее место преподавателя;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- калькуляторы;
- интерактивная доска;
- комплект законодательных и нормативных документов;
- комплект учебно-методической документации;
- комплект образцов оформленных кредитных документов;
- комплект учебно-методических материалов.

Технические средства обучения:

- рабочие места, оборудованные персональными компьютерами по числу обучающихся;
- программное обеспечение (MSOffice, локальная компьютерная сеть, Интернет);
- компьютеры с лицензионным программным обеспечением (справочно-правовые системы «Консультант Плюс», «Гарант»);
- мультимедиа-проектор;
- учебно-методическое обеспечение (учебное пособие, методические указания для студентов, раздаточные материалы).

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основная литература:

1. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. – 14-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 538 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093

2. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич ; под ред. Т.Н. Парамоновой. – Москва :

Дашков и К°, 2016. – 283 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453293

3. Годин, А.М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А.М. Годин. – 12-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 656 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262

4. Маркетинг : учебник / Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова ; ред. В. В. Герасименко. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Проспект, 2017. - 512 с.

5. Памбухчиянц, О.В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О.В. Памбухчиянц. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 284 с. : табл. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-394-02270-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452588

6. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич ; под ред. Т.Н. Парамоновой. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 283 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573164– Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03540-1. – Текст : электронный.

7. Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала : учебник / О.Ю. Патласов. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 384 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573267– Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03584-5. – Текст : электронный.

8. Чернухина, Г.Н. Организация торговли : учебник / Г.Н. Чернухина. - Москва : Университет «Синергия», 2016. - 193 с. : ил., табл. - (Легкий учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4257-0210-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455417

9. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 550 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03478-7. – Текст : электронный.

10. Шапиро, С.А. Практикум по дисциплине «Маркетинг персонала» : учебное пособие : [16+] / С.А. Шапиро, Е.К. Самраилова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 60 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571001 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0411-9. – DOI 10.23681/571001. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Косарева, О.А. Теоретические основы товароведения : учебник / О.А. Косарева. - Москва : Университет «Синергия», 2017. - 177 с. : ил., табл. - (Легкий учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4257-0252-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455426

2. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебное пособие / В.Д. Грибов. — Москва: КноРус, 2016. — 224 с. — Для СПО. — ISBN 978-5-406-04859-7.

3. Маркетинг: учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — Москва: КноРус, 2016. — 189 с. — Для ссузов. — ISBN 978-5-406-04757-6.

4. Мансуров, Р.Е. Технологии маркетинга : практикум / Р.Е. Мансуров. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. - 183 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-9729-0178-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464468

Периодические издания:

1. Журнал «Маркетолог»
2. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
3. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»
4. Журнал «Новости маркетинга»

Интернет-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. http://www.marketingandresearch.ru/-журнал

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА МДК 02.03 «МАРКЕТИНГ»

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных и домашних заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
1	*2*
Умения:	
выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	Практические занятия теме 1.1-1.4 Самостоятельная работа Контрольный срез № 1. Экзамен комплексный, учебная практика и производственная практика
обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;	Практические занятия теме 1.1-1.4 Самостоятельная работа Контрольный срез № 2. Экзамен комплексный, учебная практика и производственная практика
проводить маркетинговые исследования рынка;	Практические занятия теме 1.1-1.4 Самостоятельная работа Контрольный срез № 2. Экзамен комплексный, учебная практика и производственная практика
оценивать конкурентоспособность товаров;	Практические занятия теме 2.1-2.3 Самостоятельная работа Контрольный срез № 1. Экзамен комплексный, учебная практика и производственная практика
Знания:	
составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;	Практические занятия теме 1.1-1.4 Контрольный срез № 2. Контрольный опрос по теме 4.1-4.4 Экзамен комплексный, учебная и производственная практика
средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;	Практические занятия теме 1.1-1.4 Контрольный срез № 1,2. Контрольный опрос по теме 4.1-4.4 Экзамен комплексный, учебная и производственная практика
методы изучения рынка, анализа окружающей среды;	Практические занятия теме 1.1-1.4 Контрольный срез № 1,2. Контрольный опрос по теме 1.1-1.4 Экзамен комплексный, учебная и производственная практика
конкурентную среду, виды конкуренции,	Практические занятия теме 1.1-

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
1	*2*
показатели оценки конкурентоспособности;	Контрольный срез № 1,2. Контрольный опрос по теме 1.1-1.4 Экзамен комплексный, учебная и производственная практика
этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом	Практические занятия теме 1.1-1.4 Контрольный срез № 1,2. Контрольный опрос по теме 1.1-1.4 Экзамен комплексный, учебная и производственная практика
Промежуточная аттестация	Экзамен комплексный