

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
Ленинградской области  
«Подпорожский политехнический техникум»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Основы маркетинга**

Специальность **23.02.01.**

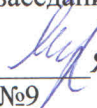
23.02.01 Организация перевозок и управление на транспорте(по видам)


Подпорожье  
2023 г.

Программа профессиональной дисциплины «Основы маркетинга» разработана на основе Федеральных государственных образовательных стандартов (далее – ФГОС) по специальности 23.02.01. Организация перевозок и управление на автомобильном транспорте.

Разработчик:

Смирнова Н. А., преподаватель цикла профессиональных дисциплин 1 категории

Рассмотрен на заседании МК  
по ППССЗ  
Председатель  Ядыкина Л.А.  
от 20.04.2023 №9

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГБПОУ ЛО ППТ  
  
Н. Н. Зимина

Приложение к ОПОП по специальности  
09.02.06 Сетевое и системное  
администрирование  
Утверждено приказом ГБПОУ ЛО ППТ  
От 20.04.2023 Приказ 01-05/29

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>8</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>15</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) .....</b>	<b>17</b>

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО / профессии (профессиям) НПО

23.02.01 Организация перевозок и управление на автомобильном транспорте в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

Изучение студентами основ маркетинга, как концепции рыночного управления производством с целью получения максимальной прибыли и роста объёма автотранспортных услуг, и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выявлять виды и разновидности потребностей, спрос, средства их удовлетворения, изучать конъюнктуру рынка.
2. Обеспечивать продвижение товаров через каналы распределения, формировать спрос с использованием методов маркетинговых коммуникаций.
3. Принимать участие в проведении маркетинговых исследований и разработке комплекса маркетинговых мероприятий.
4. Анализировать товарную политику автотранспортных организаций, участвовать в её разработке.
5. Классифицировать автотранспортные услуги по разным признакам, выявлять и учитывать факторы, влияющие на их качество.
6. Способствовать формированию и поддержанию потребительских предпочтений, проводить маркетинговые исследования по изучению потребительских предпочтений.
7. Определять факторы, влияющие на поведение потребителей автотранспортных услуг, управлять этим поведением.

Примерная программа профессионального модуля может быть использована в качестве программы повышения квалификации

## **1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения профессиональной дисциплины**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

### **иметь практический опыт:**

выявления потребностей и спроса на автотранспортные услуги; изучения конъюнктуры рынка автотранспортных услуг;

применения средств и методов маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта, анализа маркетинговой среды автотранспортной организации;

### **уметь:**

- Оценивать потенциал рынка и фактического уровня спроса на товары. Анализировать спрос и предложения на товары
- Устанавливать цены на автотранспортные услуги Анализировать восприятия новой продукции и ее потенциала.
- Анализировать окружающую среду автотранспортной организации
- Выбирать наиболее эффективные методы продвижения автотранспортных услуг на рынок Составлять этапы жизненного цикла транспортной услуги
- Разрабатывать новую автотранспортную услугу
- Проводить маркетинговые исследования рынка автотранспортных услуг Планировать рекламную кампанию автотранспортной организации.
- Проводить исследования рынка, товаров, цен, продвижения транспортных услуг, доведения их до потребителя. Организовывать коммерческую деятельность предприятий автомобильного транспорта
- Анализировать полученные результаты для принятия решений

**знать:**

- Основные положения и терминологию маркетинга
  - Структура маркетинговой деятельности автотранспортной организации
- Характеристику составляющих маркетинга – товар, методы распределения Цели и задачи маркетингового исследования рынка автотранспортных услуг Основу коммерческой деятельности автотранспортной организации Ценовую политику автотранспортной организации

**1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессиональной дисциплины:**

всего 72 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 48 часов, включая: в том числе практические работы - 20 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 24 часов;

**Результаты освоения профессиональной дисциплины**

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности

Изучение конъюнктуры рынка, выявление и формирование спроса на товары в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Выполнять операции по осуществлению перевозочного процесса с применением современных информационных технологий управления перевозками
ПК 1.3.	Оформлять документы, регламентирующие организацию перевозочного процесса.
ПК 2.1.	Организовывать работу персонала по планированию и организации перевозочного процесса.
ПК 2.2	Обеспечивать безопасность движения и решать профессиональные задачи посредством применения нормативно-правовых документов.
ПК 2.3.	Организовывать работу персонала по технологическому обслуживанию перевозочного процесса.
ПК 3.1.	Организовывать работу персонала по обработке перевозочных документов и осуществлению расчётов за услуги, предоставляемые транспортными организациями.
ПК3.2.	Обеспечивать осуществление процесса управления перевозками на основе логистической концепции и организовывать рациональную переработку грузов.
ПК 3.3.	Применять в профессиональной деятельности основные положения, регулирующие взаимоотношения пользователей транспорта и перевозчика

ПК 4.1- 4.3	Оценивать эффективность перевозочного процесса. Находить оптимальные варианты решения задач перевозки с использованием современных научно-исследовательских математических методов. Использовать современное прикладное программное обеспечение сбора, обработки и хранения информации и эффективного решения различных задач, связанных с перевозкой пассажиров грузов.
ПК4.5	Проводить анализ транспортных услуг
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчинённых, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
Максимальная учебная нагрузка	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка	48
В том числе:	
лабораторные занятия	
практические занятия	20
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	24
Итоговая аттестация в форме	д/Зачет



## 2.2 Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся.		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
Раздел Основы маркетинга				
Тема 1.1. Социально-экономическая сущность и функции маркетинга	Содержание учебного материала		2	2
	1.	Содержание понятия маркетинг. Основные компоненты концепции маркетинга. «Рынок продавцам» и «рынок покупателям». Определение маркетинга.	1	
	2	Цели задачи и принципы маркетинга автотранспортной организации. Система маркетинга автотранспортной организации.	1	
Тема 1.2. Система маркетинговых исследований	Содержание учебного материала		4	2
	1.	Сущность принципы и методы, маркетинговых исследований.	1	
	2	Маркетинговое исследование. Этапы маркетинговых исследований. Направления маркетинговых исследований. Исследование маркетинговой бизнес среды и внутренних факторов автотранспортных организаций	1	
	3	Сегментирование рынка. Признаки сегментации. Процесс сегментации рынка автотранспортных услуг.	1	
	4	Анализ производственно-хозяйственной деятельности автотранспортных организаций и маркетинговые исследования	1	
Тема 1.3. Товар и товарная политика	Содержание учебного материала		8	2
	1	Товар в рыночных условиях. Три уровня товара по Ф. Котлеру. Классификация товаров.	1	
	2	Жизненный цикл товара. Виды отдельных жизненных циклов. Маркетинговая тактика на разных фазах жизненного цикла. Маркетинговые характеристики стадий жизненного цикла автотранспортной услуги.	1 1	
	3	Товарный знак, упаковка и маркировка товара. Принципы и условия применения товарного знака. Основные требования, предъявляемые к упаковке.	1	

	4	Товарная политика и ассортимент. Схема элементов товарной политики. Цели и условия товарной политики. Формирование товарного ассортимента. Характеристика товарного ассортимента и возможности его расширения	1 1	
	5	Новые товары и организация сервиса. Позиционирование. Основные задачи службы сервиса. Возможные методы осуществления сервиса.	1	
	6	Товар на автомобильном транспорте (автотранспортная услуга). Структура транспортно-логистического обслуживания Контрольное тестирование № 3	1	
<b>Тема 1.4. Реализация товара</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
	1	Природа каналов распределения. Сравнение маркетинговой и сбытовой концепции. Посредники.	1	
	2	Лизинг как форма реализации (сбыта) товарной продукции	1	
<b>Тема 1.5. Система маркетинговых коммуникаций</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
	1	Понятие и структура массовых коммуникаций.	1	
	2	Социально-экономическая сущность маркетинговых коммуникаций Реклама. Цели рекламы. Виды рекламы	1	
	1	Разработка различных видов форм рекламы		
<b>Тема 1.6. Управление маркетингом на предприятии</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
	1	Сущность, значение и основные этапы процесса управления маркетингом на предприятии. Процесс управления маркетингом АТО.	1	
	2	Планирование и контроль маркетинга. Маркетинговые организационные структуры	1	
<b>Тема 1.7. Бизнес-план и его связь с программой маркетинга.</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
	1	Маркетинговые стратегии, план и программа. Основные этапы разработки стратегического плана маркетинга.	1	
	2	Бизнес-план, структура, содержание. Задачи разработки бизнес-плана.	1	
<b>Тема 1.8.</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

<b>Ценовая политика автотранспортных предприятий</b>	1	Цели и методы ценовой политики автотранспортных предприятий (АТП). Методы ценовой политики, ориентированные на предприятие: полное возмещение затрат с достижением намеченной прибыли (график безубыточности), частичное возмещение затрат, цены с учётом уровня предельных издержек.	1	
	2	Понятие рыночной цены. Виды конкретных цен: фиксированная цена, фиксированная цена с последующей индексацией, свободная цена.	1	
<b>Тема 1.9. Реализация автотранспортных услуг</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	
	1	Реклама как мощное средство продвижения автотранспортных услуг. Оценка её эффективности. Реклама в специальных справочниках.	1	
	2	Планирование рекламной компании автотранспортными предприятиями, выбор видов рекламы.	1	
<b>Тема 2.0. Стратегия конкуренции автотранспортных предприятий.</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>1</b>	
	1	Понятие конкурентоспособности товара (услуги) автотранспортного предприятия. Факторы конкурентоспособности автотранспортного предприятия на рынке. Оценка конкурентоспособности. Типы стратегии конкурентной борьбы	1	
<b>Тема 2.1. Коммерческая деятельность автотранспортного предприятия</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>1</b>	
	1	Уставная деятельность предприятий автомобильного транспорта: основная и дополнительная. Понятие о коммерческой деятельности автотранспортного предприятия. Организация коммерческой работы.	1	
<b>Самостоятельная работа</b>				
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ..				
<b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b>			<b>24</b>	<b>3</b>
По теме 1.1. «Социально-экономическая сущность маркетинга» Подготовить сообщение: « Жизнь и деятельность Филиппа Котлера» Подготовить опорный конспект на тему: «Классификация признаков маркетинга».			2 1	<b>3</b>
По теме 1.2. «Система маркетинговых исследований» Составить опорный конспект на тему: « Исследование маркетинговой бизнес-среды и внутренних факторов автотранспортной организации».			1	<b>3</b>
По теме 1.3. «Товар и товарная политика» Подготовить опорный конспект на темы:				

<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Процесс разработки автотранспортной услуги.</li> <li><input type="checkbox"/> Качество автотранспортной услуги.</li> <li><input type="checkbox"/> Конкуренция и конкурентоспособность.</li> </ul>	1 2 1	<b>3</b>
<p>По теме 1.4. «Реализация товара» Подготовить сообщения на тему:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Процесс разработки автотранспортной услуги.</li> <li>● Качество автотранспортных услуг.</li> </ul>	1 2	<b>3</b>
<p>По теме 1.5. «Система маркетинговых коммуникаций» Составить опорный конспект:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● «Виды и характеристики рекламы на автомобильном транспорте».</li> <li>● Основные требования, предъявляемые рекламе на автотранспорте».</li> </ul> <p>Составить опорный конспект на тему: «Стимулирование сбыта товаров и услуг на автотранспорте»</p>	1 1 1	<b>3</b>
<p>По теме 1.6. «Управление маркетингом на предприятии». Подготовить сообщение на тему: «Концепции маркетингового управления».</p>	1	<b>3</b>
<p>По теме 1.7. «Бизнес-план и его связь с программой маркетинга» Подготовить сообщение на тему: «Положительные и отрицательные стороны в бизнес-планировании».</p>	2	<b>3</b>
<p>По теме 1.8. «Ценовая политика автотранспортной организации». Составить опорный конспект по темам*</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Маркетинговые ценовые стратегии.</li> <li>● Функционально-стоимостной анализ в маркетинге.</li> </ul>	2 1	<b>3</b>
<p>По теме 1.9. «Реализация автотранспортных услуг».Подготовить сообщения на тему:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● «Методы и факторы реализации автотранспортной услуги».</li> </ul>	1	<b>3</b>
<p>По теме 2.0. «Стратегия, конкуренция автотранспортных услуг» Подготовить опорный конспект на тему: «Методы и факторы не добросовестной конкуренции»</p>	1	<b>3</b>

<p>По теме 2.1. «Коммерческая деятельность автотранспортного предприятия»Подготовить опорные конспекты на тему:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● «Выработка коммерческой стратегии на автотранспортном предприятии».</li> <li>● «Диверсии и диверсификации на автотранспорте».</li> </ul>	2	3
Итого:	24	

## 2.3 Тематический план практических работ по дисциплине «Основы маркетинга»

Тема	Количество часов
Практическая работа №1. История развития маркетинга в разных странах. Концепции развития маркетинга.	2
Практическая работа №2. Проведение маркетингового исследования	2
Практическая работа №3. Анализ внешней среды предприятия. Проведение сегментирования рынка, выбор целевого сегмента и составление стратегии позиционирования	2
Практическая работа №4. Изучение поведения потребителей	2
Практическая работа №5. Анализ товарной политики предприятия.	2
Практическая работа №6. Анализ ценовой политики предприятия. Расчет цены.	2
Практическая работа №7. Разработка коммуникационной политики предприятия.	2
Практическая работа №8. Планирование в маркетинге.	2
Практическая работа №9. Организация маркетинга на предприятии.	4
Итого:	20

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Маркетинг»

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета

- Стол, компьютер, интерактивная доска, для преподавателя
- Столы и компьютеры для студентов
- Комплект учебно-методической документации
- Электронные учебники
- Электронные видеоматериалы
- Электронные плакаты Технические средства обучения:
- Мультимедийное оборудование
- Принтер
- Цифровая видеокамера, фотоаппарат, web-камера
- Внешние накопители информации
- Подключение к сети Интернет

#### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

##### ***Основные источники:***

1. Г. А Васильева. Учебное пособие для СПО «Маркетинг» 2009 г.
2. А.А. Бачурин., Учебное пособие для студентов учреждений СПО

Маркетинг на автомобильном транспорте. 2010 г

3. Маркетинг товаров и услуг: Учебник.- М.:ФОРУМ:ИНФРА-М,2007

##### ***Дополнительные источники:***

1. Маркетинг/ Под ред. А. И. Романова.- М.:Банки и биржи, ЮНИТИ  
2006

2. Практикум по маркетингу /Под ред. проф.Л.П. Дашкова.- 2.е изд.- М.: И.т.к. « Дашков и К»,2008

3. Н.М. Мурахтанова, Е.И. Ерёмкина, сборник практических задач для студентов профессиональных учебных заведений. Маркетинг: сборник практических задач и ситуаций. 2009 г

#### ***Интернет ресурсы***

[www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru) – сайт гильдии маркетологов.

### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Перед изучением модуля обучающиеся изучают следующие дисциплины, «Безопасность жизнедеятельности» « Экономика отрасли и предприятия», «Менеджмент»

### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

Наличие высшего или высшего педагогического образования, соответствующего профилю модуля «Изучение конъюнктуры рынка, выявление и формирование спроса на товары»

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Педагогический состав: средне-профессиональное или высшее образование, соответствующее профилю модуля



#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, учебной практики, а также при выполнении обучающихся индивидуальных заданий.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	демонстрация интереса к будущей специальности товароведа	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 2. Выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	выбор и применение методов и способов решения по изучению конъюнктуры рынка, выявлению и формированию спроса на товары. демонстрация эффективности и качества выполнения задач, стоящих перед товароведем.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Решение стандартных и нестандартных профессиональных задач по изучению конъюнктуры рынка, выявлению и формированию спроса на товары.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные для изучения конъюнктуры рынка, выявлению и формированию спроса на товары.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик

<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>Решение нетиповых профессиональных задач с привлечением самостоятельно найденной информации; оформление результатов самостоятельной работы с использованием ИКТ (презентация, реферат и пр.)</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка практических занятий при выполнении работ по учебной и производственной практик</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>Взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; выполнение обязанностей в соответствии с ролью в группе; участие в планировании организации групповой работы;</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка практических занятий при выполнении работ по учебной и производственной практик</p>
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.</p>	<p>самоанализ и коррекция результатов собственной работы</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка практических занятий при выполнении работ по учебной и производственной практик</p>