



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ**

**ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет»**

**Гуманитарно-технический колледж**

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий информационно-технического  
отделения

Баркинхоева М.М. \_\_\_\_\_

от « 22 » \_\_\_\_\_ мая 2024г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор ГТК

\_\_\_\_\_ / Дзауров М.А. \_\_\_\_\_

от « 24 » \_\_\_\_\_ мая 2024г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.13 «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»**

для специальности

**27.02.07 Управление качеством продукции, процессов и услуг (по  
отраслям)**

по программе базовой подготовки



Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по профессиям (специальности) (далее – ФГОС СПО) 27.02.07 Управление качеством продукции, процессов и услуг (по отраслям), приказ Министерства образования и науки от 09 декабря 2016 № 1557 (Зарегистрировано в Минюсте России 20 декабря 2016 № 44829).

**Организация-разработчик:**

ФГБОУ ВО «Ингушский государственный университет» Гуманитарно-технический колледж

**Разработчик:** Гадаборшева А.М-Б., преподаватель информационно-технического отделения

Рассмотрена на заседании информационно-технического отделения

Протокол № 8 от « 22 » мая 2024 г.

Рассмотрена и одобрена на заседании Методического совета ГТК.

Протокол № 7 от « 23 » мая 20 24 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6

## **1.1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.13 «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА»**

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

Учебная дисциплина «Основы предпринимательской деятельности» является обязательной частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 27.02.07 Управление качеством продукции, процессов и услуг (по отраслям).

### **1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 11,	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты
ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 11	Анализировать рынок; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации; проводить анализ целевой аудитории; проводить анализ продукта организации; проектировать маркетинговую стратегию организации	Методы оценки конкурентоспособности предприятия; модели продвижения бизнеса; способы позиционирования товара; источники маркетинговой информации для осуществления маркетинговой деятельности в организации

## 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	48
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	40
в том числе:	
теоретическое обучение	20
практические занятия	20
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины по дисциплине ОП.13 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

	Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Уровень освоения
1	2	3	4	5
	<b>Раздел 1. Общие положения маркетинга</b>			
1	Понятие маркетинга и его основные принципы	<b>Содержание учебного материала</b> 1. Понятие маркетинга 2. Основные принципы маркетинга 3. Цели и задачи маркетинга 4. Методы и функции маркетинга	2	
2	Маркетинговая информация и ее применение в исследовании рынка	<b>Практическая работа №1</b> 1. Определение роли и места информации в маркетинге 2. Определение источников маркетинговой информации 3. Применение маркетинговой информации в исследовании рынка	2	
3	Маркетинговые исследования	<b>Содержание учебного материала</b> 1. Понятие, цели и задачи маркетингового исследования 2. Типы маркетинговых исследований 3. Процесс организации и проведения маркетинговых исследований 4. Подготовка и представление полученных результатов	2	
	<b>Раздел 2. Анализ рынка</b>			
4	Сегментация рынка	<b>Практическая работа №2</b> 1. Определение анализируемого рынка 2. Определение емкости рынка 3. Определение метода сегментации рынка 4. Выбор критериев сегментации рынка 5. Проведение сегментации рынка	2	
5	PEST-анализ рынка	<b>Содержание учебного материала</b> 1. Понятие PEST-анализа 2. Политические факторы рынка 3. Экономические факторы рынка 4. Социальные факторы рынка 5. Технологические факторы рынка	2	
6	Конкуренция	<b>Содержание учебного материала</b> 1. Понятие конкуренции 2. Методы анализа конкурентов 3. Модель М. Портера 4. Многоугольник конкурентоспособности	2	
7	Анализ конкурентоспособности	<b>Практическая работа №3</b> 1. Выбор рынка для анализа 2. Выбор конкурентов для анализа 3. Проведение анализа конкурентоспособности различными методами	2	

	<b>Раздел 3. Маркетинг организации</b>			
8	<b>Организация. Миссия организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
		1. Организация как единица рыночного механизма		
		2. Миссия организации 3. Методы разработки миссии организации		
9	<b>SWOT-анализ организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
		1. Понятие SWOT-анализа		
		2. Элементы анализа 3. Определение сильных и слабых сторон компании 4. Определение возможностей компании и угроз		
10	<b>Анализ целевой аудитории</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
		1. Понятие целевой аудитории		
		2. Сегментация целевой аудитории 3. Методы и роль анализа целевой аудитории		
11	<b>Анализ целевой аудитории</b>	<b>Практическая работа №4</b>	2	
		1. Определение целевой аудитории организации		
		2. Исследование целевой аудитории различными методами 3. Выявление предпочтений целевой аудитории. Разработка рекомендации по клиентоориентированности.		
12	<b>Позиционирование товара организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
		1. Понятие позиционирования товара		
		2. Методы позиционирования товара 3. Правила позиционирования товара 4. Анализ позиционирования товаров на рынке		
13	<b>Ценообразование</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
		1. Понятие ценообразования		
		2. Виды и методы ценообразования 3. Анализ методов ценообразования на примерах различных предприятий		
14	<b>Разработка рекламной кампании</b>	<b>Практическая работа №5</b>	2	
		1. Определение целей организации		
		2. Определение ЦА организации 3. Разработка УТП 4. Выбор инструментов продвижения 5. Разработка рекламной кампании		
15	<b>Расчет рекламного бюджета</b>	<b>Практическая работа №6</b>	2	
		1. Анализ разработанной рекламной кампании		
		2. Расчет затрат на реализацию рекламной кампании 3. Расчет окупаемости рекламной кампании		
16	<b>Создание сайта</b>	<b>Практическая работа №7</b>	4	

	<b>организации</b>	1. Выбор платформы для создания сайта 2. Выбор необходимой маркетинговой информации для размещения на сайте 3. Создание сайта		
<b>17</b>	<b>Презентация рекламной кампании и сайта организации</b>	<b>Практическая работа №8</b>	2	
		1. Презентация сайта организации 2. Презентация рекламной кампании 3. Презентация эффективности разработанной рекламной кампании		
<b>18</b>	<b>Контрольная работа</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4	
		1.Выполнение итогового теста. 2.Выполнение итоговой практической работы		
	<b>Итого:</b>		<b>40</b>	



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

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

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методического обеспечения по дисциплине;
- технические средства обучения: аудиовизуальные, компьютерные.

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

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

##### **3.2.1. Печатные издания**

Основные источники:

1. Беспалов М. В. Особенности развития предпринимательской деятельности в условиях современной России: Учебное пособие — НИЦ ИНФРА-М, 2017. — 230 с. ЭБС Знаниум
2. Горфинкель, В. Я. Инновационное предпринимательство: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 523 с. ЭБС Юрайт
3. Деньги, кредит, банки. Денежный и кредитный рынки : учебник и практикум для СПО / под общ. ред. М. А. Абрамовой, Л. С. Александровой. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 436 с. ЭБС Юрайт
4. Иванова, Р. М. История российского предпринимательства: учебное пособие для академического бакалавриата. — 2-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 303 с. ЭБС Юрайт
5. Касьяненко, Т. Г. Анализ и оценка рисков в бизнесе: учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Г. Касьяненко, Г. А. Маховикова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 381 с. ЭБС Юрайт

Дополнительные источники:

1. Кузьмина, Е. Е. Предпринимательская деятельность: учебное пособие для СПО — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 417 с. ЭБС Юрайт
2. Морозов, Г. Б. Предпринимательская деятельность: учебное пособие для СПО — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 420 с. ЭБС Юрайт
- Пансков, В. Г. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для СПО — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 436 с. ЭБС Юрайт
3. Чеберко, Е. Ф. Предпринимательская деятельность: учебник и практикум для СПО — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 219 с. ЭБС Юрайт

##### **3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)**

Основные источники:

1. Административно-управленческий портал. Электронная библиотека деловой литературы и документов, бизнес-форум по различным аспектам теории и практики организации, планирования и управления деятельностью предприятий [http://www.aup.ru/books/m77/4\\_2.htm](http://www.aup.ru/books/m77/4_2.htm).
2. Портал начинающих предпринимателей <http://www.smallbusiness.ru>
3. Интерактивный курс от Сбербанка РФ «Запусти свой бизнес» [www.sbrf.ru](http://www.sbrf.ru)
4. Официальный портал органов государственной власти Тюменской области [www.admtumen.ru/ogv\\_ru/finance/innovation.htm](http://www.admtumen.ru/ogv_ru/finance/innovation.htm)
5. Универсальные бизнес –идеи [www.allprobiz.net](http://www.allprobiz.net); [www.koshelyok.ru](http://www.koshelyok.ru)

Дополнительные источники:

1. Сайты по психологии [//www.koob.ru](http://www.koob.ru); [//www. Psychology.ru](http://www.psychology.ru); [//www.mytests.ru/](http://www.mytests.ru/)

[//www.psyarticles.ru/](http://www.psyarticles.ru/); [// www.psi.webzone.ru/](http://www.psi.webzone.ru/)

2. Деловой портал

Департамент инвестиционной политики и государственной поддержки  
предпринимательства Тюменской области [www.tyumen-region.ru](http://www.tyumen-region.ru).

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</b>		
- механизм организации предпринимательской деятельности от зарождения идеи до создания новой компании в малом бизнесе;	Полнота ответов, точность формулировок, не менее 75% правильных ответов. Не менее 75% правильных ответов. Актуальность темы, адекватность результатов поставленным целям, полнота ответов, точность формулировок, адекватность применения профессиональной терминологии	Дифференцированн. зачет
- имеет представление о навыках и компетенциях, которые необходимы членам команды;		
- технологии создания команды;		
- основы корпоративной культуры, этические принципы бизнес-общения;		
- дифференциацию структуры потребностей по группам потребителей, запросы рынка;		
- основные положения и условия успешной реализации бизнес-идеи;		
- основы работы с идеями как первой ступенью бизнес-планирования;		
- место и роль предпринимательского права в системе регулирования правовых отношений;		
- источники предпринимательского права; принципы современного предпринимательского права; организационно-правовые формы для организации бизнеса;		
- права и обязанности субъектов предпринимательства, сущность корпораций, типы корпораций;		
- законодательство РФ и международные договоры, регулирующие отношения, входящие в предмет правовых основ предпринимательской деятельности;		
- основы правового регулирования организации производства и реализации отдельных видов товаров; основы организации и документирования торгового оборота;		
- формы государственной поддержки: имущественная, финансовая, информационная, консультационная; полномочия субъектов государственной власти и местного самоуправления по поддержке малого бизнеса;		
- меры поддержки малого бизнеса в условиях, требования, предъявляемые к предприятиям, рассчитывающим на государственную поддержку;		
- виды деятельности на осуществление которых предоставляются инвестиции;		
- требования, применяемые к Заявителям, претендующим на получение инвестиций;		
- подходы и методы анализа бизнес-среды; основные этапы проведения стратегического анализа бизнес-среды;		
- типы, функции маркетинга, принципы маркетинга, критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке;		
- понятие конкуренции;		
- формы PR-мероприятий, виды промо-акций;		
- методы ценообразования;		
- виды налогов и систему налогообложения;		
- системы бухгалтерского учета;		
- понятие «клиентоориентированность»;		
- понятие «экспорт»;		
- классификация экспортных товаров;		
- содержание и виды бизнес-процессов, модели управления ими;		
- виды инвестиций; способы привлечения инвесторов;		
- современные виды кредитов для бизнеса, их сущность; механизмы кредитования.		
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</b>		
Давать оценку личностным качествам для организации предпринимательской деятельности;	Полнота ответов, точность формулировок, не менее 75% правильных ответов. Не менее 75% правильных ответов. Актуальность темы, адекватность результатов поставленным целям, полнота ответов, точность формулировок, адекватность применения профессиональной терминологии	Дифференцированн. зачет
- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;		
- уметь вести бизнес-переговоры; применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;		
- работать с каталогом паспортов проектов;		
- выдвигать бизнес-идеи, уметь делать выбор на основе анализа рынка, определять тип/вид рынка;		
- анализировать и выбирать «готовых» бизнес-идей.		
- формулировать свои идеи;		
- юридически грамотно толковать действующие правовые нормы;		

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<ul style="list-style-type: none"> <li>-разбираться в проблемах российского предпринимательского права, владеть специальной терминологией;</li> <li>- эффективно использовать нормативные документы, регулирующие предпринимательскую деятельность;</li> <li>- ставить цели в соответствии с бизнес-идеями, решать организационные вопросы создания бизнеса; оценивание перспектив получения государственной поддержки (оценка текущего состояния бизнеса, оценка целевой аудитории и т.д.);</li> <li>-формировать пакет документов на сопровождение инвестиционного проекта;</li> <li>-анализировать опыт выхода тюменских предприятий на внешний рынок; ориентироваться в элементах макро- и микросреды организации;</li> <li>-использовать результаты стратегического анализа бизнес-среды для повышения конкурентоспособности малой фирмы;</li> <li>- использовать основные категории маркетинга в практической деятельности;</li> <li>- создавать привлекательный образ предприятия: престиж, новации, невысокие цены;</li> <li>- доводить информации о продукции, включая ее характеристики, до конечных потребителей; сохранение актуальности товара (услуги);</li> <li>- демонстрировать готовую продукцию;</li> <li>-формулировать ключевые качества успешного сотрудника;</li> <li>- выделять те факторы, которые способствуют успеху компании на рынке;</li> <li>- различать и применять модели управления бизнес-процессами;</li> <li>- управлять и оценивать предпринимательские и валютные риски</li> </ul>		