

Департамент образования науки и молодежной политики
Воронежской области

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Воронежской области
«Борисоглебский сельскохозяйственный техникум»

ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)
для специальности:
32.02.03 Операционная деятельность в логистике
базовой подготовки

2020

ОДОБРЕНА
цикловой комиссией
общепрофессиональных дисциплин
всех специальностей
Протокол №__ от «__» _____ 20__ г
Председатель _____ И.В. Мицкевич
Методист _____ А.С.Савченко

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора по учебной
работе _____ Т.Г.Овсянкина
«__» _____ 20__ г

Организация - разработчик: ГБПОУ ВО «БСХТ»

Разработчик: Лыкова М.А., преподаватель ГБПОУ ВО «БСХТ»

Программа дисциплины «Маркетинг» разработана на основе ФГОС СПО специальности 32.02.03 «Операционная деятельность в логистике» (приказ Минобрнауки России №834 от 28.07.2014г.) с целью реализации программы подготовки специалиста среднего звена по данной специальности на базе ГБПОУ ВО «БСХТ».

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	4
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	13
ПРИЛОЖЕНИЕ	21

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

.Основу программы дисциплины Маркетинг составляет содержание, отвечающее требованиям федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 32.02.03 «Операционная деятельность в логистике»

Нормативная база при разработке программы:

- Нормативная база при разработке программы:
- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике (Приказ Минобрнауки России №834 от 28.07.2014)
- Учебный план специальности 38.02.03 Операционная деятельность в логистике базовой подготовки (Приказ ГБПОУ ВО «БСХТ» от 31.08.2021 №206-ОД).
- Положение о промежуточной аттестации ГБПОУ ВО «БСХТ» (Протокол заседания педагогического совета от 17.03.2020 №8);
- Положение о самостоятельной работе обучающегося ГБПОУ ВО «БСХТ» (Протокол заседания педагогического совета от 17.03.2020 №8);
- Положение о разработке и утверждении программ дисциплин, профессиональных модулей ГБПОУ ВО «БСХТ» (Протокол заседания педагогического совета от 19.12.2017 №4).

Основное учебное издание:

1. Барышев А. Ф. Маркетинг : учебник для студентов сред. проф. учеб. заведений / Барышев А. Ф. – 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Академия, 2019. – 224 с. - ISBN 978-5-7695-49-12-0.
2. Реброва Н. П. Основы маркетинга [электронный ресурс] : учебник и практикум для СПО / Реброва Н. П. — Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2020. — 277 с.— (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2.— <URL:<https://urait.ru/bcode/450814>>.

Содержание программы представлено 2 разделами вариативной части.

Текущий контроль успеваемости осуществляется посредством следующих методов: наблюдение и оценка выполнения практических работ, устный опрос, тестирование, оценка самостоятельной работы, оценка решения задач.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме дифференцированного зачёта в конце 6 семестра.

Формами самостоятельной внеаудиторной работы являются работа с учебной литературой, создание презентаций, написание докладов, выполнение практических заданий, работа с конспектом.

1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ

1.1. Область применения программы

Содержание программы реализуется в пределах освоения обучающимися программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) ГБПОУ ВО «БСХТ» по специальности 32.02.03 «Операционная деятельность в логистике» базовой подготовки. Составлена на основе ФГОС СПО данной специальности.

1.2. Место дисциплины в структуре ППССЗ

Дисциплина «Маркетинг» входит в профессиональный цикл, общепрофессиональные дисциплины (ОП.04).

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам изучения дисциплины

Вариативная часть:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- У1 выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- У2 проводить маркетинговые исследования рынка;
- У3 оценивать конкурентоспособность товаров;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- 31 основные элементы маркетинговой деятельности: задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- 32 средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- 33 методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- 34 маркетинговую среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- 35 типы маркетинговых исследований, их результат;
- 36 управление маркетингом;

В процессе освоения дисциплины у обучающихся должны формироваться общие компетенции (ОК):

- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирая 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 личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчинённых), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины ориентировано на подготовку обучающихся к освоению профессиональных модулей программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 32.02.03 Операционная деятельность в логистике и овладению профессиональными компетенциями (ПК):

- ПК 1.1 Принимать участие в разработке стратегических и оперативных логистических планов на уровне подразделения (участка) логистической системы с учетом целей и задач организации в целом. Организовывать работу элементов логистической системы.
- ПК 1.2 Планировать и организовывать документооборот в рамках участка логистической системы. Принимать, сортировать и самостоятельно составлять требуемую документацию.
- ПК 1.3 Осуществлять выбор поставщиков, перевозчиков, определять тип посредников и каналы распределения.
- ПК 2.1 Участвовать в разработке инфраструктуры процесса организации снабжения и организационной структуры управления снабжением на уровне подразделения(участка) логистической системы с учётом целей и задач организации в целом.
- ПК 2.2 Применять методологию проектирования внутрипроизводственных логистических систем при решении практических задач.
- ПК 2.4 Осуществлять управление заказами, запасами, транспортировкой, складированием, грузопереработкой, упаковкой, сервисом.
- ПК 3.2 Составлять программу и осуществлять мониторинг показателей работы на уровне подразделения(участка) логистической системы(поставщиков, посредников, перевозчиков) и эффективность работы складского хозяйства и каналов распределения.
- ПК 4.1 Проводить контроль выполнения и экспедирования заказов.

1.4. Количество часов на изучение программы дисциплины

Максимальное количество часов учебной нагрузки обучающегося составляет 105 часов, в том числе:

обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающихся – 70 часов;

самостоятельная работа обучающихся – 35 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка	105
Обязательная аудиторная учебная нагрузка	70
в том числе:	
лабораторные работы	-
практические занятия	18
Самостоятельная работа обучающегося	35
в том числе:	
Работа с учебной литературой	4
Работа с конспектом	5
Выполнение практических заданий	8
Написание докладов	14
Создание презентации	4
Промежуточная аттестация в форме <i>дифференцированного зачёта</i>	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины Маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Раздел 1 Теоретические основы маркетинга		33
Тема 1.1 Предмет, цели, задачи курса и концепции рыночной экономики	Содержание	4
	Предмет маркетинга связь его с другими дисциплинами. Цели и задачи маркетинга. Маркетинг-концепция современной рыночной экономики. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Объекты маркетинга: нужда, потребность, спрос. Классификация потребностей. Службы и отделы маркетинга в организациях. Международные и национальные организации по маркетингу.	
	Самостоятельная работа: написание докладов	8
Тема 1.2 Окружающая среда маркетинга.	Содержание	4
	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы. Разновидности макросреды. Конъюнктура рынка.	
	Практическое занятие № 1 Анализ окружающей среды предприятия	2
	Самостоятельная работа: работа с конспектом	1
Тема 1.3 Объекты и субъекты маркетинговой деятельности	Содержание	6
	Контроль и регулирование спроса. Виды спроса и их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.	
	Практическое занятие № 2 Разработка маркетинговых мероприятий по стабилизации и увеличению спроса на конкретную продукцию	2
	Практическое занятие № 3 Решение ситуационных задач по разработке методов воздействия на уровень спроса	2
	Самостоятельная работа: создание презентации	4
Раздел 2 Маркетинговая деятельность организации		72
Тема 2.1 Система информации и	Содержание	6

исследования в маркетинге	Маркетинговая информация: назначение, источники(внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований .Виды исследований. Схема исследований. Основные приёмы маркетинга. Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии для сегментов рынка. Позиционирование, выбор и реализация стратегии.	
	Практическое занятие № 4 Анализ маркетинговой информации. Анализ целевого рынка.	2
	Самостоятельная работа: работа с учебной литературой.	2
Тема 2.2 Конкурентная среда	Содержание	4
	Анализ конкурентной среды. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Анализ сильных и слабых сторон конкурентов. Создание собственных конкурентных преимуществ на основе матрицы БФГ и других приёмов.	
	Практическое занятие № 5 Оценка сильных и слабых сторон конкурентов	2
	Самостоятельная работа: работа с конспектом	2
Тема 2.3 Товар и товарная политика	Содержание	4
	Сущность понятия «товар». Классификация товаров. Жизненный цикл товара. Товарная политика организации.	
	Самостоятельная работа: выполнение практического задания	2
Тема 2.4 Ценовая политика	Содержание	6
	Ценовая политика: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования, назначение цен в маркетинге. Классификация цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен.	
	Практическое занятие №6 Решение ситуационных задач по формированию ценовой политики организации	2
	Самостоятельная работа: работа с учебной литературой	2
Тема 2.5 Сбытовая политика	Содержание	6
	Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товара, сбытовая политика, её цели и задачи. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, уровни. Критерии выбора каналов сбыта. Торговые посредники, факторы, влияющие на выбор посредников, Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.	
	Практическое занятие №7 Решение ситуационных задач по анализу и оценке эффективности сбытовой политики организации	2
	Самостоятельная работа: работа с конспектом	2

Тема 2.6 Коммуникационная политика	Содержание	6
	Маркетинговые коммуникации. Основные решения при создании рекламы. Рекламная стратегия. Выбор средств распространения рекламы. Оценка рекламы. Характеристика различных видов рекламных коммуникаций. Бюджеты рекламы. Организация рекламной кампании. Связи с общественностью.	
	Практическое занятие №8 Организация рекламной кампании: выбор средств, составление рекламных текстов	2
	Самостоятельная работа: выполнение практического задания	6
Тема 2.7 Стратегия и планирование в маркетинге	Содержание	6
	Стратегия, планирование, контроль. Характеристика различных стратегий роста фирмы. Содержание годового маркетингового плана Сущность и содержание маркетингового контроля.	
	Практическое занятие №9 Решение ситуационных задач по планированию маркетинговой работы	2
	Самостоятельная работа: написание докладов	6
	Итого	105

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины осуществляется при наличии учебного кабинета Маркетинг

Оборудование учебных кабинетов:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- шкаф для хранения литературы, методического материала;
- доска учебная;
- комплекты учебно-методической и нормативной документации;
- наглядные пособия;
- стенды и другое

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Барышев А. Ф. Маркетинг : учебник для студентов сред. проф. учеб. заведений / Барышев А. Ф. – 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Академия, 2019. – 224 с. - ISBN 978-5-7695-49-12-0.
2. Реброва Н. П. Основы маркетинга [электронный ресурс] : учебник и практикум для СПО / Реброва Н. П. — Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2020. — 277 с .— (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2.— <URL:<https://urait.ru/bcode/450814>>.>.

Дополнительные источники:

3. Мурахтанова Н. Н. Маркетинг. Сборник практических задач и ситуаций : учеб. пособие / Н. Н. Мурахтанова. – Москва : Академия, 2013 - 94 с. - ISBN 5-7695-2406.
4. Мурахтанова Н. Н. Маркетинг : учебник для студ. сред. проф. образования / Н. Н. Мурахтанова.- Москва : Академия, 2013. - 207, [1] с. : ил. - ISBN 978-5-7695-5196-3.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Контроль результатов освоения дисциплины

Контроль осуществляется преподавателем в процессе наблюдения и оценки практических работ, тестирования, устного (письменного) опроса, оценки решения задач, а также оценки самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля
<i>1</i>	<i>2</i>
<i>Вариативная часть</i>	
Умения:	
У1 выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	Практические занятия
У2 проводить маркетинговые исследования рынка;	Практические занятия
У3 оценивать конкурентоспособность товаров;	Практические занятия
Знания:	
З1 основные элементы маркетинговой деятельности: задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;	Устный опрос, тестирование
З2 средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;	Устный опрос, тестирование, решение задач
З3 методы изучения рынка, анализа окружающей среды;	Устный опрос, тестирование
З4 маркетинговую среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;	Устный опрос, тестирование, практические занятия
З5 типы маркетинговых исследований, их результат;	Устный опрос, тестирование, практические занятия
З6 управление маркетингом;	Письменный опрос, тестирование, практические занятия

4.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания для каждого результата обучения по дисциплине

Результаты обучения (на основе обобщенных компетенций)	Предмет оценки (продукт или процесс)	Показатель оценки	Критерии оценки	Шкала оценки	
				Академическая оценка	Уровень сформированности компетенций
<p>ПК 1.1 Принимать участие в разработке стратегических и оперативных логистических планов на уровне подразделения(участка) логистической системы с учётом целей и задач организации в целом.</p> <p>ПК 1.2 Планировать и организовывать документооборот в рамках участка логистической системы. Принимать, сортировать и самостоятельно составлять требуемую документацию.</p> <p>ПК 1.3 Осуществлять выбор поставщиков, перевозчиков, определять тип посредников и каналы распределения.</p> <p>ПК 2.1 Участвовать в разработке инфраструктуры процесса организации снабжения и организационной структуры управления снабжением на уровне подразделения(участка) логистической системы с учётом целей и задач организации в целом.</p> <p>ПК 2.2 Применять методологию проектирования внутрипроизводственных логистических систем при решении практических задач.</p> <p>ПК 2.4 Осуществлять управление заказами, запасами, транспортировкой. Складированием, грузопереработкой, упаковкой, сервисом.</p> <p>ПК3.2 Составлять программу и осуществлять мониторинг показателей работы на уровне подразделения(участка)логистической системы(поставщиков, посредников, перевозчиков) и эффективность работы складского хозяйства и каналов распределения.</p> <p>ПК 4.1 Проводить контроль выполнения и экспедирования</p>					
ЗНАТЬ: - основные элементы маркетинговой деятельности: задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; - средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые	Электронная презентация	Содержание презентации, знание материала по выбранной теме презентации	Презентация подробно и полно освещает заявленную тему, структура презентации логична, дополнена визуальным материалом (таблицы, схемы, диаграммы). Приведены статистические данные по теме. Свободно владеет материалом по выбранной теме. Отвечает на все вопросы	Отлично	Высокий
			Презентация достаточно подробно освещает заявленную тему, структура презентации логична, дополнена визуальным материалом (таблицы, схемы, диаграммы). Достаточно хорошо владеет материалом по выбранной теме. Отвечает на все вопросы, но с небольшой неточностью	Хорошо	Высокий

<p>коммуникации и их характеристику; - методы изучения рынка, анализа окружающей среды; - конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; - типы маркетинговых исследований, их результат; - управление маркетингом;</p>			<p>Презентация недостаточно подробно освещает заявленную тему, структура презентации выстроена недостаточно логично, презентация недостаточно дополнена визуальным материалом. В подобранном материале есть неточности, ошибки. Владеет только основными аспектами по выбранной теме. Отвечает на вопросы неуверенно, допускает несколько незначительных ошибок.</p>	Удовлетворительно	Высокий
			<p>Презентация освещает не в полном объеме заявленную тему (не все вопросы темы раскрыты), структура работы не логична. презентация недостаточно дополнена визуальным материалом. В подобранном материале достаточно грубые ошибки. Не владеет материалом по выбранной теме, не отвечает на вопросы.</p>	Неудовлетворительно	Высокий
	Доклад	Содержание доклада, знание материала по выбранной теме	<p>Работа (доклад) подробно и полно освещает выбранную тему, её структура логична, дополнена при необходимости визуальным материалом (таблицы, схемы, диаграммы). Приведены статистические данные по теме. Свободно владеет материалом по выбранной теме. Отвечает на все вопросы</p>	Отлично	Высокий
			<p>Работа (доклад) достаточно подробно освещает заявленную тему, её структура логична, дополнена при необходимости визуальным материалом (таблицы, схемы, диаграммы). Достаточно хорошо владеет материалом по выбранной теме. Отвечает на все вопросы, но с небольшой неточностью</p>	Хорошо	Высокий
			<p>Работа (реферат, доклад) недостаточно подробно освещает заявленную тему, её структура выстроена недостаточно логично, недостаточно дополнена визуальным материалом (при необходимости). В подобранном материале есть</p>	Удовлетворительно	Высокий

			неточности, ошибки. Владеет только основными аспектами по выбранной теме. Отвечает на вопросы неуверенно, допускает несколько незначительных ошибок.		
			Работа (доклад) освещает не в полном объеме заявленную тему (не все вопросы темы раскрыты), структура работы не логична. Работа недостаточно дополнена визуальным материалом (при необходимости). В подобранном материале достаточно грубые ошибки. Не владеет материалом по выбранной теме, не отвечает на вопросы.	Не удовлетворительно	Высокий
Тестирование	Результаты тестирования	Обучающийся ответил на 85-100 % вопросов	Отлично	Высокий	
		Обучающийся ответил на 70-84 % вопросов	Хорошо	Высокий	
		Обучающийся ответил на 51-69 % вопросов	Удовлетворительно	Высокий	
		Обучающийся ответил на 0-50 % вопросов	Не удовлетворительно	Высокий	
Устный опрос	Содержание, полнота ответа (объема знаний обучающегося по определённому разделу, теме, проблеме), правильная (логическая) последовательность изложения материала	Обучающийся ответил на все вопросы, допустил не более 1 незначительной ошибки в ответе	Отлично	Высокий	
		Обучающийся ответил на все вопросы, допустил не более 2 незначительных ошибок	Хорошо	Высокий	
		Обучающийся ответил не на все вопросы, но в тех, на которые дал ответ не допустил ошибки или при ответе на вопросы допустил 1-2 грубые ошибки	Удовлетворительно	Высокий	
		Обучающийся ответил менее чем на половину вопросов, или допустил более 3 грубых ошибок и несколько незначительных	Не удовлетворительно	Высокий	
Письменный опрос	Содержание, полнота ответа (объема знаний обучающегося по	Обучающийся ответил на все вопросы, допустил не более 1 незначительной ошибки в ответе	Отлично	Высокий	
		Обучающийся ответил на все вопросы, допустил не более 2 незначительных ошибок	Хорошо	Высокий	

		определённому разделу, теме, проблеме), правильная (логическая) последовательность изложения материала	Обучающийся ответил не на все вопросы, но в тех, на которые дал ответ не допустил ошибки или при ответе на вопросы допустил 1-2 грубые ошибки	Удовлетворительно	Высокий
			Обучающийся ответил менее чем на половину вопросов, или допустил более 3 грубых ошибок и несколько незначительных	Не удовлетворительно	Высокий
	Решение задач и упражнений	Правильность, точность решения задач (в т. ч. ситуационных) и выполнения упражнений	Обучающийся правильно решил все задачи (выполнил все упражнения), правильно оформил полученные результаты	Отлично	Высокий
			Обучающийся решил все задачи (выполнил все упражнения), но с 1-2 неточностями или одной незначительной ошибкой, правильно оформил полученные результаты. Грубые ошибки не допущены.	Хорошо	Высокий
			Обучающийся решил не все задачи (выполнил не все упражнения) (правильно более половины), или выполнил все, но с 1-2 грубыми ошибками, правильно оформил полученные результаты.	Удовлетворительно	Высокий
			Обучающийся не решил более половины задач (упражнений), или выполнил с грубыми ошибками, не правильно оформил полученные результаты	Неудовлетворительно	Высокий
	Практическое занятие	Правильность, точность выполнения заданий практического занятия	Обучающийся правильно выполнил все задания практического занятия, правильно оформил полученные результаты, грамотно и точно ответил на все контрольные вопросы	Отлично	Высокий
			Обучающийся выполнил все задания практического занятия, но с 1-2 неточностями или незначительной ошибкой, правильно оформил полученные результаты, достаточно полно ответил на все контрольные вопросы, возможно с 1-2 неточностями. В работе не допущены грубые ошибки	Хорошо	Высокий
			Обучающийся выполнил не все задания	Удовлетворительно	Высокий

			практического занятия (правильно выполнено более половины заданий), или выполнил все, но с несколькими неточностями или 1-2 грубыми ошибками, правильно оформил полученные результаты, не достаточно полно ответил на контрольные вопросы, возможно с неточностями и грубыми ошибками		
			Обучающийся не выполнил более половины задания практического занятия, или выполнил с несколькими, грубыми ошибками, не правильно оформил полученные результаты, не ответил на более половины контрольных вопросов	Не удовлетворительно	Высокий
УМЕТЬ: - выявлять, формировать и удовлетворять потребности; - проводить маркетинговые исследования рынка; -оценивать конкурентоспособность товаров;	Решение задач и упражнений	Правильность, точность решения задач (в т. ч. ситуационных) и выполнения упражнений	Обучающийся правильно решил все задачи (выполнил все упражнения), правильно оформил полученные результаты	Отлично	Высокий
			Обучающийся решил все задачи (выполнил все упражнения), но с 1-2 неточностями или одной незначительной ошибкой, правильно оформил полученные результаты. Грубые ошибки не допущены.	Хорошо	Высокий
			Обучающийся решил не все задачи (выполнил не все упражнения, правильно больше половины) или выполнил всё, но с 1-2 грубыми ошибками, правильно оформил полученные результаты	Удовлетворительно	Высокий
			Обучающийся не решил больше половины задач и упражнений или выполнил с грубыми ошибками, неправильно оформил полученные результаты	Не удовлетворительно	Высокий
	Практическое занятие	Правильность, точность выполнения заданий практического занятия	Обучающийся правильно выполнил все задания практического занятия, правильно оформил полученные результаты, грамотно и точно ответил на все контрольные вопросы	Отлично	Высокий
			Обучающийся выполнил все задания практического занятия, но с 1-2 неточностями или незначительной ошибкой, правильно оформил полученные результаты, достаточно	Хорошо	Высокий

			полно ответил на все контрольные вопросы, возможно с 1-2 неточностями. В работе не допущены грубые ошибки		
			Обучающийся выполнил не все задания практического занятия (правильно выполнено более половины заданий), или выполнил все, но с несколькими неточностями или 1-2 грубыми ошибками, правильно оформил полученные результаты, не достаточно полно ответил на контрольные вопросы, возможно с неточностями и грубыми ошибками	Удовлетворительно	Высокий
			Обучающийся не выполнил более половины задания практического занятия, или выполнил с несколькими, грубыми ошибками, не правильно оформил полученные результаты, не ответил на более половины контрольных вопросов	Не удовлетворительно	Высокий

КОНКРЕТИЗАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<p>ПК 1.1 Принимать участие в разработке стратегических и оперативных логистических планов на уровне подразделения(участка) логистической системы с учётом целей и задач организации в целом.</p> <p>ПК 1.2 Планировать и организовывать документооборот в рамках участка логистической системы. Принимать, сортировать и самостоятельно составлять требуемую документацию.</p> <p>ПК 1.3 Осуществлять выбор поставщиков, перевозчиков, определять тип посредников и каналы распределения.</p> <p>ПК 2.1 Участвовать в разработке инфраструктуры процесса организации снабжения и организационной структуры управления снабжением на уровне подразделения(участка) логистической системы с учётом целей и задач организации в целом.</p> <p>ПК 2.2 Применять методологию проектирования внутрипроизводственных логистических систем при решении практических задач.</p> <p>ПК 2.4 Осуществлять управление заказами, запасами, транспортировкой. Складированием, грузопереработкой, упаковкой, сервисом.</p> <p>ПК3.2 Составлять программу и осуществлять мониторинг показателей работы на уровне подразделения(участка)логистической системы(поставщиков, посредников, перевозчиков) и эффективность работы складского хозяйства и каналов распределения.</p> <p>ПК 4.1 Проводить контроль выполнения и экспедирования заказов.</p>	
<p>Уметь: У1 выявлять, формировать и удовлетворять потребности;</p>	<p>Тематика практических занятий Практическое занятие №1 Анализ окружающей среды предприятия Практическое занятие №2 Разработка маркетинговых мероприятий по стабилизации и увеличению спроса на конкретную продукцию Практическое занятие №3 Решение ситуационных задач по разработке методов воздействия на уровень спроса Практическое занятие №9 Решение ситуационных задач по планированию маркетинговой работы</p>
<p>У2 проводить маркетинговые исследования рынка;</p>	<p>Практическое занятие №4 Анализ маркетинговой информации. Анализ целевого рынка. Решение ситуационных задач Практическое занятие №6 Решение ситуационных задач по формированию ценовой политики организации Практическое занятие №7 Решение ситуационных задач по анализу и оценке сбытовой политики организации</p>
<p>У3 оценивать конкурентоспособность товаров;</p>	<p>Практическое занятие №5 Оценка сильных и слабых сторон конкурентов Практическое занятие №8 Организация рекламной кампании: выбор средств, составление рекламных текстов</p>
<p>Знать: З1 основные элементы маркетинговой деятельности: задачи, принципы,</p>	<p>Перечень тем: Тема 1.1 Предмет, цели, задачи курса и концепции рыночной экономики</p>

функции, объекты, субъекты;	Тема 1.2 Окружающая среда маркетинга Тема 1.3 Объекты и субъекты маркетинговой деятельности.
32 средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;	Тема 2.6 Коммуникационная политика Тема 2.5 Сбытовая политика Тема 2.1 Система информации и исследования в маркетинге Тема 2.4 Ценовая политика Тема 2.5 Сбытовая политика
33 методы изучения рынка, анализа окружающей среды;	Тема 2.1 Система информации и исследования в маркетинге Тема 2.3 Товар и товарная политика
34 маркетинговую среды, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;	Тема 2.2 Конкурентная среда
35 типы маркетинговых исследований, их результат;	Тема 2.1 Система информации и исследования в маркетинге
36 управление маркетингом	Тема 2.7 Стратегия и планирование в маркетинге
Самостоятельная работа обучающегося	Виды самостоятельной работы: выполнение практических заданий; работа с учебной литературой; работа с конспектом; создание презентаций; написание докладов.