

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сафонов Евгений Николаевич  
Должность: И. о. директора филиала  
Дата подписания: 04.05.2026 11:29:32  
Уникальный идентификационный ключ:  
b97de5ad51756a5bb0b1cbf08b89c3775d5aa20



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
В Г. ДОМОДЕДОВО МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ**  
Филиал ФГАОУ ВО «РГГУ» в г. Домодедово

Отделение среднего профессионального образования

## **Рабочая программа**

по дисциплине: ОПЦ.14 Маркетинг

Специальность: (код и наименование специальности):

**38.02.03 «Операционная деятельность в логистике»**

Квалификация специалистов среднего звена:

Операционный логист

Домодедово 2026

УТВЕРЖДЕНА  
на заседании предметной  
(цикловой) комиссии «Дисциплин  
профессионального цикла» по  
укрупненной группе  
специальностей 38.00.00  
«Экономика и управление»  
Протокол № 2 от “04” апреля 2026  
г.

Разработана на основе требований  
федерального государственного  
образовательного стандарта среднего  
общего образования и Федерального  
государственного образовательного  
стандарта среднего профессионального  
образования (ФГОС СПО) по  
специальности 38.02.03  
«Операционная деятельность в  
логистике»

Составитель: Буторина И.В., преподаватель отделения СПО

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1 ПАСПОРТ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
- 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ  
ДИСЦИПЛИНЫ
- 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЫ

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **1.1. Область применения рабочей программы.**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.03 «Операционная деятельность в логистике»**.

Данная рабочая программа учитывает возможности реализации учебного материала и создания специальных условий для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ).

Обучение инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся. В филиале создаются специальные условия для получения среднего профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (Часть 10 статьи 79 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

Образовательный процесс для инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется в едином потоке со сверстниками, не имеющими таких ограничений.

Рабочая программа может быть реализована с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в предусмотренных законодательством формах обучения или при их сочетании, при проведении учебных занятий, практик, текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся.

Реализация учебной дисциплины предусматривает проведение лабораторных и практических работ в форме практической подготовке обучающихся.

Практическая подготовка при реализации *учебной дисциплины* организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, а также демонстрацию практических навыков, выполнение, моделирование обучающимися определенных видов работ для решения практических задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью в условиях, приближенных к реальным производственным.

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** учебная дисциплина входит в профессиональный учебный цикл, общепрофессиональных дисциплин.

**1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:**

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

**уметь:**

- проводить маркетинговые исследования;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;
- организовывать рекламные компании;
- оценивать конкурентоспособность продукта.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

**знать:**

- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- механизмы ценообразования.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен овладеть **общими и профессиональными компетенциями**, включающими в себя способность:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;

ПК 2.2. Рассчитывать и анализировать логистические издержки в производстве и распределении;

## **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **2.2 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

Вид учебной работы	Объем часов
	Всего
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>76</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>76</b>
в том числе:	
-лекции	38
-практические занятия	38
<b>Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой</b>	

## 2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов		Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
		Всего	в том числе практическая подготовка	
Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.	Основные понятия маркетинга, его цели и задачи. Концепции маркетинга и эволюция их развития. Основные виды маркетинга. Внешняя и внутренняя среда маркетинга. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности.	4	2	ОК 01-07, ОК 09, ПК 2.2
Тема 2. Товар и товарная политика в маркетинге.	Товар в системе маркетинга и его классификация. Товарная политика. Жизненный цикл товара. Марка и упаковка товаров. Классификация групп товаров	2	2	
Тема 3. Конкуренция и конкурентоспособность.	Практическое занятие № 1 Определение показателей качества и анализ жизненных циклов товаров.	5	2	ОК 01-07, ОК 09, ПК 2.2
	Понятие и виды конкуренции. Конкурентоспособность товара и фирмы.	4	2	
Тема 4. Поведение потребителей.	Практическое занятие № 2 Оценка конкурентоспособности предприятия.	4	2	ОК 01-07, ОК 09, ПК 2.2
	Потребители: понятие, классификация по различным признакам. Факторы, оказывающие влияние на решение потребителей о покупке: культурные, социальные, личностные, поведенческие. Процесс принятия решения о покупке.	4	2	
Тема 5. Маркетинговые исследования.	Практическое занятие №3 Описание потребностей человека	4	2	ОК 01-07, ОК 09, ПК 2.2
	Цель, объекты, классификация маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования и их информационное обеспечение.	4	2	
	Практическое занятие №4 Составление анкет, проведение опроса и анализ полученных данных.	5	2	

Тема 6.	Понятие и критерии сегментирования. Сегментирование рынка по	4	4	
Сегментирование рынка.	группам потребителей, по группам товаров (услуг), по конкурентам.			ОК 01-07, ОК 09, ПК 2.2
	Практическое занятие №5 Сегментирование рынка товаров по группам потребителей.	4	2	
Тема 7. Маркетинговые коммуникации.	Назначение и содержание маркетинговых коммуникаций. Формы маркетинговых коммуникаций. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Связь с общественностью. Фирменный стиль, торговая марка организации.	4	2	ОК 01-07, ОК 09, ПК 2.2
	Практическое занятие №6 Создание фирменного стиля.	4	2	
Тема 8. Реклама.	Реклама как инструмент продвижения товара на рынок. Виды рекламы. Понятие, назначение рекламы, цели, задачи и функции рекламы. Требования к рекламе. Эффективность рекламы.	4	2	ОК 01-07, ОК 09, ПК 2.2
	Практическое занятие №7 Анализ рекламы	4	4	
Тема 9. Ценовая политика в маркетинге.	Цена как экономическая категория рыночного хозяйства. Система цен и их классификация. Формирование маркетинговой цены продажи. Факторы, влияющие на формирование цен. Равновесная цена. Ценовые стратегии в маркетинге.	4	2	ОК 01-07, ОК 09, ПК 2.2
	Практическое занятие №8 Расчёт цены товара.	4	2	
Тема 10. Сбытовая политика в маркетинге.	Сущность сбытовой политики в маркетинге. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товара, сбытовая политика. Цели и задачи и направления сбытовой политики. Средства сбыта: каналы распределения, их виды, функции. Формирование каналов товародвижения. Система товародвижения в маркетинге. Торговые посредники.	4	2	ОК 01-07, ОК 09, ПК 2.2
	Практическое занятие №9 Средства стимулирования сбыта	4	4	
	Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой	2		
<b>Всего</b>		<b>76</b>	<b>40</b>	

# 1. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для освоения рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинг» имеется учебный кабинет Основ экономики.

*Оборудование учебного кабинета:*

- Стандартная учебная мебель:
- Стол письменный;
- Столы ученические;
- Стул офисный;
- Стулья ученические;
- Доска аудиторная;
- Кафедра.

*Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия:*

- Стенды

*Оборудование, технические средства обучения:*

- ПК;
- Проектор;
- Экран.

*Программное обеспечение:*

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.
  - a. Office ProPlus All Lng Lic/SA Pack MVL Partners in Learning
  - b. Windows 8/
2. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox.

## 3.2. Информационное обеспечение обучения:

### Основные источники:

1. Федеральный закон "Об электронной подписи" от 06.04.2011 N 63-ФЗ.

Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ

2. ГОСТ Р 7.0.8-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Делопроизводство и архивное дело. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 17.10.2013 N 1185-ст)

3. ГОСТ Р 6.30-2003. Унифицированная система документации. Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов. Утвержден постановлением Госстандарта РФ от 03.03.2003 №65-ст. – М.: Изд-во стандартов, 2003.

## Основная литература

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562353>.

2. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564893>.

3. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21025-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560691>.

## Дополнительная литература:

1. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 248 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21656-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581873>.

2. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 225 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21747-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582005>.

## Интернет-ресурсы

11. <http://www.iprbookshop.ru/> - электронно-библиотечная система

12. <https://znanium.com> - электронно-библиотечная система

13. <https://urait.ru> – электронно-библиотечная система

**Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных БД и информационно-справочные систем (ИСС) (2026 г.)**

№	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Windows server 2012	<a href="https://www.microsoft.com">https://www.microsoft.com</a>	Лицензионное

2	Microsoft office 2010/2013	<a href="https://www.microsoft.com">https://www.microsoft.com</a>	Лицензионное
3	КОМПАС-3D LT	<a href="https://kompas.ru/kompas-3d-lt/about/">https://kompas.ru/kompas-3d-lt/about/</a>	Свободно распространяемое
4	GIMP	<a href="https://www.gimp.org/">https://www.gimp.org/</a>	Свободно распространяемое
5	Notepad++	<a href="https://notepad-plus-plus.org/">https://notepad-plus-plus.org/</a>	Свободно распространяемое
6	PDF24 Creator	<a href="https://www.pdf24.org/ru/">https://www.pdf24.org/ru/</a>	Свободно распространяемое
7	<a href="https://app.diagrams.net">app.diagrams.net</a>	<a href="https://app.diagrams.net/">https://app.diagrams.net/</a>	Свободно распространяемое
8	Geany (with Python 3.12)	<a href="https://geany.org/">https://geany.org/</a> <a href="https://www.python.org/">https://www.python.org/</a>	Свободно распространяемое
9	Visual Paradigm Community Edition	<a href="https://www.visual-paradigm.com/editions/community/">https://www.visual-paradigm.com/editions/community/</a>	Свободно распространяемое
10	Яндекс Телемост	<a href="https://telemost.yandex.ru/">https://telemost.yandex.ru/</a>	Свободно распространяемое
11	КонсультантПлюс	<a href="https://www.consultant.ru/">https://www.consultant.ru/</a>	Лицензионное

### **3.3. Особенности реализации дисциплины для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Особые условия при реализации дисциплины предоставляются обучающему из числа лиц с ограниченными возможностями и инвалидов по их письменному заявлению.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть предусмотрен индивидуальный график освоения дисциплины и установление индивидуального графика прохождения текущей аттестации. В целях формирования индивидуального графика для обучающегося инвалида или обучающегося с ограниченными возможностями здоровья может осуществляться входной контроль, назначение которого состоит в определении его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала по дисциплине. В таком случае форма входного контроля для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность. Для осуществления оценочных процедур (текущий контроль успеваемости, текущая аттестация, промежуточная аттестация) могут быть созданы отдельные фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. При этом форма

контроля (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.) для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей.

При необходимости обучающему из числа лиц с ограниченными возможностями и инвалидов предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете с оценкой.

При индивидуальном темпе освоения учебного материала для оказания помощи в освоении учебного материала возможно проведение дополнительных индивидуальных консультаций и занятий с обучающимися инвалидами и обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

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

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<b>уметь:</b>	
проводить маркетинговые исследования;	- тестирование - реферат - задания для промежуточной аттестации
выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	- тестирование - реферат - задания для промежуточной аттестации
применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;	- тестирование - реферат - задания для промежуточной аттестации
организовывать рекламные компании;	- тестирование - реферат - задания для промежуточной аттестации
оценивать конкурентоспособность продукта.	- тестирование - реферат - задания для промежуточной аттестации
<b>знать:</b>	
составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;	- тестирование - реферат - задания для промежуточной аттестации

	аттестации
механизмы ценообразования;	- тестирование - реферат - задания для промежуточной аттестации
виды конкуренции, конкурентоспособность организации;	- тестирование - реферат - задания для промежуточной аттестации
этапы маркетинговых исследований, их результат.	- тестирование - реферат - задания для промежуточной аттестации