

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
«ПЕРЕЛЮБСКИЙ АГРАРНЫЙ ТЕХНИКУМ»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ**

Дисциплина	ОП 08. Маркетинг
Специальность/профессия	38.02.08 Торговое дело
Квалификация выпускника	Специалист торгового дела
Нормативный срок обучения	2 года 10 месяцев
Форма обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «ОП 08. Маркетинг» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 38.02.08 Торговое дело, утверждённого приказом Минпросвещения России от 19.07.2023 №548 (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 №74906).

Организация - разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Саратовской области «Перелюбский аграрный техникум»

Составитель:

Бадякшина Е.А. – мастер п/о преподаватель специальных дисциплин.

Солдатова Л.А. - мастер п/о преподаватель специальных дисциплин.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
5.	КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	13

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.08 МАРКЕТИНГ

1. Область применения программы

Учебная дисциплина «ОП.08 Маркетинг» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

2. Цели и результаты освоения общеобразовательной дисциплины

• Цель общепрофессиональной дисциплины

Целью учебной дисциплины «Маркетинг» является усвоение студентами основных принципов, методов и техники ведения организациями внешнеэкономической деятельности.

• Планируемые результаты освоения социально-гуманитарной дисциплины в соответствии с ФГОС СПО

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания
Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК

04

Код ПК, ОК	Дисциплинарные результаты	
	Умения	Знания
ПК 2.1	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.	методы продвижения товаров (услуг) организации методов и инструментов работы с базами данных о состоянии внутренних и внешних рынков.
ПК 2.2	Разрабатывать предложения по улучшению систем	
ПК 2.3	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	
ПК 2.4	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.	
ПК 2.5	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов	методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
ПК 2.6	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.	средств удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
ПК 2.7	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.	конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
ПК 2.8	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.	этапы маркетинговых исследований, их результат.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;

		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
		методы работы в профессиональной и смежных сферах;
		структуру плана для решения задач;
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;
		приемы структурирования информации;
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	современная научная и профессиональная терминология;
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	

• СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

• Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	60
в т. ч.:	
теоретическое обучение	60
практические занятия	-
Самостоятельная работа	-
<i>Итоговая аттестация в форме экзамена</i>	6

2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч ¹		Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>		<i>4</i>
Раздел 1. Маркетинг		60		
Тема 1.1. Понятие и сущность маркетинга . Окружающая среда маркетинга.	Содержание учебного материала 1-2 Маркетинг как экономическая категория 3-4 Определение маркетинга 5-6 История и эволюция маркетинговой концепции 7-8 . Цели и задачи маркетинга 9-10. Основные сферы применения. 11-12 Основные элементы окружающей среды фирмы 13-14 Маркетинг как сфера деятельности фирмы	14		ПК 2.1, ПК 2.2 ПК 2.3, ПК 2.4 ПК 2.5, ПК 2.6 ПК 2.7, ПК 2.8 ОК 01, ОК 02 ОК 03, ОК 04 ЛР 13, ЛР 16 ЛР 18
Тема 1.2. Рынки и рыночные показатели. Сегментация рынка.	Содержание учебного материала 15-16 Понятие рынка, его виды и принципы функционирования 17-18 . Рыночные показатели, их содержание и основное назначение 19-20 Показатели конъюнктуры 21-22 Прогнозирование конъюнктуры рынка 23-24 Основные принципы сегментации потребительского рынка	16		ПК 2.1, ПК 2.2 ПК 2.3, ПК 2.4 ПК 2.5, ПК 2.6 ПК 2.7, ПК 2.8 ОК 01, ОК 02 ОК 03, ОК 04 ЛР 13, ЛР 16 ЛР 18

¹ Объем часов на освоение конкретных тем распределяется образовательной организацией самостоятельно.

	25-26 Особенности сегментации рынка товаров промышленного назначения 27-28 Маркетинговая информация 29-30 Система маркетинговых исследований			
Тема 1.3 Поведение покупателей на рынке. Товарная политика.	Содержание учебного материала	16		ПК 2.1; ПК 2.2 ПК 2.3; ПК 2.4 ПК 2.5; ПК 2.6 ПК 2.7; ПК 2.8 ОК 01, ОК 02 ОК 03, ОК04 ЛР 13, ЛР 16 ЛР 18
	31-32 Потребительский рынок и поведение на нем покупателей 33-34Рынок предприятий. 35-36 Поведение потребителей промышленных товаров 37-38Понятие товара в маркетинге. Основные виды классификации товаров 39-40 Методы создания новых товаров 41-42 Структура ассортимента продукции 43-44 Использование товарных марок и упаковок 45-46 Жизненный цикл товара			
Тема 1.4 Конкуренция и конкуренты	Содержание учебного материала	4		ПК 2.1, ПК 2.2 ПК 2.3, ПК 2.4 ПК 2.5, ПК 2.6 ПК 2.7, ПК 2.8 ОК 01, ОК 02 ОК 03, ОК04 ЛР 13 ЛР 16 ЛР 18
	47-48Понятие и виды конкуренции Стратегии конкурентов 49 Конкурентоспособность товара и фирмы 50 Моделирование показателей конкурентоспособности			
Тема 1.5 Планирование товародвижения. Продвижение товаров.	Содержание учебного материала	10		ПК 2.1; ПК 2.2 ПК 2.3; ПК 2.4 ПК 2.5; ПК 2.6 ПК 2.7; ПК 2.8 ОК 01, ОК 02 ОК 03 ОК 04 ЛР 13 ЛР 16 ЛР 18
	51-52 Основные методы распространения товаров. Товародвижение. 53-54 Оптовая и розничная торговля 55-56 Коммуникации в маркетинге 57-58 Рекламная деятельность Стимулирование сбыта 59-60 Понятие и сущность цены. Виды цен.			
Итоговая аттестация в форме экзамена			6	
Всего:		60		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

- Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет оснащенный в соответствии с образовательной программой по специальности.

Лаборатория «Предпринимательства и интернет – маркетинга» оснащенная необходимым для реализации программы учебной дисциплины оборудованием, приведенным в образовательной программе по данной специальности.

- **Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

- **Основные печатные и электронные издания**

Федеральные законы

- 3 «О защите прав потребителей». ФЗ-2 от 09.01.96 с изменениями и дополнениями
- 4 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара» от 23.09.92 с изменениями и дополнениями
- 5 «Об информации, информатизации и защите информации», ФЗ-24 от 20.02.95 с изменениями и дополнениями
- 6 «О рекламе», ФЗ-108 от 18.07.95 с изменениями и дополнениями

Основные источники:

2 Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с. (Специальности среднего профессионального образования). - URL: <https://academia-moscow.ru> - Режим доступа: Электронная библиотека «Academia-moscow». - Текст : электронный

3 Алексунин, В.А. Маркетинг: учебник / В.А. Алексунин. - 6-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. - 200 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02296-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453412> (05.09.2021). СПО

4 Минько, Э.В. Маркетинг: учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 351 с.: табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714> (02.05.2017).

5 Викулова, Е.Ю. Маркетинг [Текст]: Учеб. пособие / Е.Ю. Викулова, О. В. Гладких. - Иркутск: БГУЭП, 2014. - 170 с. + Тесты + Глоссарий. - ISBN 978- 5- 7253-2774-8 <http://lib.narhoz-chita.ru/>

Дополнительные источники:

- 1 Пичурин, И.И. Основы маркетинга: Теория и практика: учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 383 с.
- Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02090-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637> (05.09.2017).
- 2 Годин, А.М. Маркетинг: учебник / А.М. Годин. - 12-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 656 с.: ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02540-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262> (05.09.2017).
- 3 Ким, С.А. Маркетинг: учебник / С.А. Ким. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 258 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02014-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084> (05.09.2017).
- 4 Сеницына, О.Н. Маркетинг [Текст]: учеб. пособие / О.Н. Сеницына. - 2-е изд. стер. - М.: Кнорус, 2014. - 216 с. + Глоссарий. - (Бакалавриат). РУМО. - ISBN 978-5-406-03228-2, 2013
- 5 Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: учебное пособие / Ю.В. Морозов. - 8-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 148 с.: ил.
- Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02156-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453283> (05.09.2017).

- 5.1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ;
- 5.2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ;
- 5.3. ГОСТ Р 51303–2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст);
- 5.4. Фридман, А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебник / А. М. Фридман. - 6-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 656 с. - ISBN 978-5-394-03747-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093229>;
- 5.5. Фридман, А. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / А. М. Фридман. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2021. — 264 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-369-01791-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209236> (дата обращения: 28.07.2022);
- 5.6. www.nalog.gov.ru – Официальный сайт Федеральной налоговой службы;
- 5.7. www.rosstat.gov.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики;
- 5.8. www.consultant.ru – Информационно правовой портал Справочно-

правовой системы Консультант плюс;

5.9. www.garant.ru – Информационно правовой портал Справочно-правовой системы Гарант.

Газеты и журналы

1. Газета «Экономика и жизнь»;
2. Газета «Торговые вести»
3. Журнал «Маркетолог»
4. Журнал «Спрос»

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Код ОК и ПК	Раздел/Тема	Методы оценки
ПК 2.1	Раздел 1 Темы: 1.1-1.5	Проверка индивидуальных работ, наблюдение, проверка. Индивидуальная оценка. Работа малых групп с дифференцированными ролевыми заданиями, оценка деятельности малой группы. Практические занятия. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа.
ПК 2.2		
ПК 2.3		
ПК 2.4		
ПК 2.5		
ПК 2.6		
ПК 2.7		
ПК 2.8		
ОК 01		
ОК 02		
ОК 03		
ОК 04		

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
«ПЕРЕЛЮБСКИЙ АГРАРНЫЙ ТЕХНИКУМ»**

**КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
на 2024 – 2025 учебный год**

Дисциплина: Маркетинг

Специальность код: 38.02.08 Торговое дело

Преподаватель: Солдатова Людмила Александровна

Курс и семестр обучения	№ группы	Объём образовательной программы	Самостоятельная работа обучающегося	Учебная нагрузка обучающихся, часов								
				Всего учебных занятий	Занятия во взаимодействии с преподавателем, часов			прикладной модуль (практическая подготовка)			Консультации	Промежуточная аттестация
					Теоретические занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Теоретические занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия		
2 курс 3 семестр		36		36	36							
2 курс 4 семестр		24		24	24							
Итого		60		60	60							
Форма промежуточной аттестации – экзамен				6 часов								

ПЛАНИРОВАНИЕ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ занятия	Наименование разделов и тем	Количество часов	Тип учебного занятия (в соответствии с УМК)	Средства обучения	Типы оценочных мероприятий	Самостоятельная работа (Д/з)
		60				
Раздел 1. Маркетинг						
Тема 1.1. Понятие и сущность маркетинга. Окружающая среда маркетинга.		14				
1	Маркетинг как экономическая категория	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа.	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 1-10
2	Определение маркетинга	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 11-23
3	История и эволюция маркетинговой концепции	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 24-29
4	Цели и задачи маркетинга	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 30-32
5	Основные сферы применения	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 33-36

6	Основные элементы окружающей среды фирмы	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 37-39
7	Маркетинг как сфера деятельности фирмы	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 40-43
Тема 1.2 Рынки и рыночные показатели. Сегментация рынка		16				
8	Понятие рынка, его виды и	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 44-48
9	Рыночные показатели, их содержание и основное назначение	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 49-51
10	Показатели конъюнктуры Промежуточная аттестация	1 1	Лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 52-54
11	Прогнозирование конъюнктуры рынка	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 55-59
12	Основные принципы сегментации потребительского рынка	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 60-68

13	Особенности сегментации рынка товаров промышленного	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 69-74
14	Маркетинговая информация	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 75-88
15	Система маркетинговых исследований	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 89-96
	Тема 1.3 Поведение покупателей на рынке. Товарная политика.	16				
16	Потребительский рынок и поведение на нем покупателей	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 97-99
17	Рынок предприятий.	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 100-105
18	Поведение потребителей промышленных товаров	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 106-109

19	Понятие товара в маркетинге. Основные виды классификации товаров	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 110-118
20	Методы создания новых товаров	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 119-124
21	Структура ассортимента продукции	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 125-129
22	Использование товарных марок и упаковок	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 129-134
23	Жизненный цикл товара	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 135-140
	Тема 1.4 Конкуренция и конкуренты	4				
24	Понятие и виды конкуренции Стратегии конкурентов	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 140-149
25	Конкурентоспособность товара и фирмы	1	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 150-158

26	Моделирование показателей конкурентоспособности	1	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 159-167
	Тема 1.5. Планирование товародвижения. Продвижение товаров.	10				
27	Основные методы распространения товаров. Товародвижение.	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники.	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 168-174
28	Оптовая и розничная торговля	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 175-186
29	Коммуникации в маркетинге	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 187-198
30	Рекламная деятельность. Стимулирование сбыта	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 199-210
31	Понятие и сущность цены. Виды цен.	2	лекция	Персональные компьютеры, проектор, мультимедийное оборудование, учебники	Индивидуальная оценка. Доклады. Тестирование. Опрос. Самостоятельная работа	Барышев А.Ф. Маркетинг: учебное издание / Барышев А.Ф. - Москва : Академия, 2023. - 224 с.(Специальности среднего профессионального образования). Стр 210-220
	Итоговая аттестация	6			Экзамен	