

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ОмГПУ»)
Университетский колледж

УТВЕРЖДАЮ



Директор
Университетского колледжа

М.А. Саньков

«20» мая 2024 г.

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА
по дисциплине ОП.15
«МАРКЕТИНГ»

для специальности
38.02.07 Банковское дело
форма обучения – очная

Рабочая программа составлена на основании ФГОС СПО 2023 г.
и рассмотрена на заседании П(Ц)К
«02» мая 2024 г. Протокол № 14-10/09
Председатель П(Ц)К

ОП
наименование П(Ц)К
Леденёва Оксана Сергеевна
ФИО председателя

(подпись)

2024 г.

Рабочая учебная программа по дисциплине «Маркетинг» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.07 Банковское дело (Приказ Министерства просвещения России от 14.11.2023 № 856)

Организация-разработчик:
Университетский колледж ОмГПУ.

Разработчик:
Осипенко О.И, методист Университетского колледжа
Силантьев Г.Э.- преподаватель Университетского колледжа

СОДЕРЖАНИЕ

стр.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.15 МАРКЕТИНГ»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «ОП.15 Маркетинг» является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 09, ПК 1.1, ПК 3.1, ПК 3.2

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
OK 01	-распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте -анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части -определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия -определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах -реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	-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
OK 02	определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурить получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;	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

	использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> -определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности -применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования -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 	<ul style="list-style-type: none"> -содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования -основы предпринимательской деятельности -основы финансовой грамотности -правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации кредитные банковские продукты
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> -организовывать работу коллектива и команды -взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> -психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности -основы проектной деятельности
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> -грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе 	<ul style="list-style-type: none"> -особенности социального и культурного контекста правила оформления документов и построения устных сообщений
ПК 3.1	<p>Навыки: консультирования клиентов</p> <p>Умения: собирать и использовать информацию с целью поиска потенциальных клиентов; использовать различные каналы для выявления потенциальных клиентов; использовать технические средства коммуникации; организовывать деловые встречи с</p>	<ul style="list-style-type: none"> источники и методы сбора информации, приемы коммуникации; принципы и правила установления контактов с клиентами; правила ведения переговоров правила подготовки и проведения презентации банковских продуктов и услуг; технику общения во время ведения переговоров; правила поведения в конфликтных

	<p>клиентами;</p> <p>организовывать презентации банковских продуктов и услуг;</p> <p>формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации банка;</p> <p>использовать личное имиджевое воздействие на клиента;</p> <p>компетентно отвечать на вопросы клиентов о банковских продуктах и услугах</p>	<p>ситуациях;</p> <p>основы формирования личного имиджа, нормы речевого этикета</p>
ПК 3.2	<p>Навыки:</p> <p>продвижения банковских продуктов и услуг</p> <p>Умения:</p> <p>устанавливать деловые контакты с потенциальными клиентами</p> <p>мотивировать потенциальных клиентов к сотрудничеству;</p> <p>владеть техникой ведения переговоров с клиентами;</p> <p>предотвращать и разрешать конфликтные ситуации в переговорах;</p> <p>использовать современные офисные технологии для ведения переговоров;</p> <p>информировать потенциальных клиентов о банковских продуктах и услугах;</p> <p>выявлять потребности клиентов;</p> <p>стимулировать клиентов повторно обращаться в банк</p>	<p>способы мотивирования потенциальных клиентов;</p> <p>способы работы с различными техническими средствами коммуникации;</p> <p>психологические типы клиентов;</p> <p>политику банка в области продаж банковских продуктов и услуг;</p> <p>потребности клиентов, способы выявления потребностей клиентов;</p> <p>организационно-управленческую структуру банка;</p> <p>политику и перспективы развития банка;</p> <p>банковские продукты и услуги;</p> <p>способы и методы привлечения внимания к банковским продуктам и услугам</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	38
в т.ч. в форме практической подготовки	18
теоретическое обучение	18
практические занятия	18
Самостоятельная работа	0
Промежуточная аттестация: зачет дифференцированный	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, ак. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Основы маркетинга		1	
Тема 1.1. Понятие маркетинга. Принципы, функции и цели маркетинга	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>Определение маркетинга. Основной принцип маркетинга. Маркетинг как философия бизнеса, как экономическая категория, как механизм управления фирмой. Концепции маркетинга. Стадии развития рынка. Принципы маркетинга. Ориентация на спрос. Активное влияние на спрос. Дифференцированный подход к рынку. Ориентация на нововведения. Гибкое реагирование на изменения рынка. Направленность на долговременный результат. Маркетинговое мышление. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая, функция планирования и контроля. Цели маркетинга.</p>	1	
Раздел 2. Маркетинговые исследования		3	
Тема 2.1. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>Понятие и роль маркетинговой информации. Вторичная и первичная маркетинговая информация. Достоинства и недостатки.</p>	1	
	<p>Маркетинговые исследования. Направления исследований. Этапы процесса маркетинговых исследований. Методы исследований. Анкетирование. Структура анкеты. Виды анкетных вопросов.</p>		
	<p>Практическое занятие 1. Разработка и проведение маркетингового исследования. Оориентироваться в современных рыночных условиях.</p>	2	

	<i>Понятие маркетинга, историю его развития и концепции.</i>		
Раздел 3. Рынок		10	
Тема 3.1. Маркетинговая среда	<p>Содержание учебного материала: Маркетинговая среда. Внутренняя среда, ее элементы. Аналитический, производственный и коммуникационный потенциал. Внешняя маркетинговая среда. Микросреда, ее элементы (поставщики, конкуренты, клиенты, посредники, партнеры, контактные аудитории). Макросреда фирмы. Факторы макросреды (демографические, экономические, природные, научно-технические, политические, культурные).</p> <p>Практическое занятие 2. Маркетинговая история фирм. Планировать и организовывать маркетинговые исследования. Принципы, функции и цели маркетинга.</p>	2	
Тема 3.2. Рынок как объект маркетинга, элементы рынка	<p>Содержание учебного материала: Понятие «рынок». Конъюнктура рынка. Анализ конъюнктуры. Емкость рынка. Расчет емкости рынка. Доля рынка. Расчет доли рынка.</p> <p>Потребность и потребители. Спрос. Факторы спроса. Мотивы потребителей. Типы потребителей.</p> <p>Конкуренты. Конкурентные силы. Типы конкурентных ситуаций на рынке. Роли фирмы в конкурентной борьбе. Конкурентоспособность товара и фирмы.</p>	2	
Тема 3.3. Сегментация рынка	<p>Содержание учебного материала: Целевой маркетинг. Сегментация рынка. Варианты сегментации. Сегмент рынка. Признаки сегментации. Выбор целевых сегментов рынка. Недифференцированный маркетинг. Дифференцированный маркетинг. Концентрированный маркетинг. Факторы выбора стратегии охвата рынка. Методы поиска оптимального сегмента. Позиционирование товара. Стратегии позиционирования. Рыночное окно. Рыночная ниша.</p> <p>Практическое занятие 3. Анализ рынка. Разрабатывать концепцию товара-новинки. Этапы процесса маркетинговых исследований.</p>	2	
Раздел 4. Товарная политика		4	
Тема 4.1. Сущность товарной политики.	<p>Содержание учебного материала: Понятие комплекса маркетинга. Сущность товарной политики. Четыре</p>	2	

Классификация товаров	<p>«пи» продавца, четыре «си» покупателя. Товар. Уровни товара. Классификация товаров. Потребительские товары. Товары производственного назначения. Товарный ассортимент. Товарная номенклатура. Разработка новых товаров. Этапы разработки.</p>		
	<p>Практическое занятие 4. Разработка товара-новинки. Применять методы определения цены товара. Основные элементы рынка, понятие сегментации рынка.</p>	2	
Раздел 5. Ценовая политика		2	
Тема 5.1. Цена, методы ее определения. Классификация цен. Ценовые стратегии	<p>Содержание учебного материала: Сущность ценовой политики. Цена для предприятия, цена для покупателя. Эластичный спрос. Методы определения уровня цены. Затратный метод. Метод ориентации на потребителя. Метод ориентации на конкуренцию. Классификация цен в зависимости от количества товаров, реализуемых покупателю. Цены в зависимости от степени государственного контроля. Цены с учетом фактора времени. Цены по условиям поставки и продажи. Цены в зависимости от вида рынка. Ценовые стратегии. Стратегия высоких цен. Стратегия низких цен. Стратегия дифференцированных цен. Стратегия ценового лидера. Стратегия единых цен. Стратегия психологического ценообразования</p>	2	
Раздел 6. Сбытовая политика		2	
Тема 6.1. Сущность сбытовой политики. Каналы сбыта	<p>Содержание учебного материала: Назначение сбытовой политики. Сбыт. Выбор метода сбыта. Выбор торгового посредника. Канал сбыта. Уровень канала. Канал нулевого уровня. Двухуровневый канал. Трехуровневый канал. Прямой сбыт. Виды прямого сбыта: прямой маркетинг, личная продажа. Виды прямого маркетинга. Особенности личной продажи. Косвенный сбыт. Интенсивный сбыт. Исключительный сбыт. Выборочный сбыт.</p>	2	
Раздел 7. Коммуникационная политика		10	
Тема 7.1. Реклама, ее виды	<p>Содержание учебного материала: Сущность коммуникационной политики. Реклама. Цели рекламы.</p>	2	

	Рекламная кампания. Рекламный бюджет. Виды рекламы: в зависимости от стадии жизненного цикла; в зависимости от объекта; в зависимости от средств распространения. Эффективность рекламы.		
Тема 7.2. Виды маркетинговых коммуникаций	Практическое занятие 5. Виды маркетинговых коммуникаций. <i>Разрабатывать рекламный продукт. Основы товарной политики фирмы.</i>	2	
	Практическое занятие 6-7. Анализ рекламных роликов. Составлять План маркетинга. Основы ценовой политики фирмы. Основы сбытовой политики фирмы.	4	
	Практическое занятие 8. Разработка рекламных продуктов. Основы коммуникационной политики фирмы. Маркетинговые стратегии.	2	
Раздел 8. Маркетинговые стратегии. Бизнес-план. Банковский маркетинг		4	
	Содержание учебного материала: Маркетинговая стратегия. Общая стратегия. Стратегии поведения организаций на рынке: лидерства в издержках, дифференциации, фокусирования. Стратегии развития бизнеса: стратегии роста, сокращения, комбинированные. Конкурентные маркетинговые стратегии.	2	
	Бизнес-план. Структура бизнес-плана. Маркетинговый раздел бизнес-плана. Описание продукта. Анализ рынка сбыта. Анализ конкурентов. План маркетинга.Банковский маркетинг. Банковские услуги. Сегментация рынка банковских услуг. Банковская конкуренция. Продвижение банковских услуг.		
	Практическое занятие 9. Составление плана маркетинга. Содержание маркетингового раздела бизнес-плана. Основы банковского маркетинга.	2	
	Итого: лекций Практических занятий	18 18	
	Дифференцированный зачет	2	
	Всего:	38	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Кабинет «Менеджмента и предпринимательства», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Кабинет «Менеджмента и предпринимательства».

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол ученический	нет
2	Стул ученический	нет
3	Стол преподавателя с ящиками для хранения или тумбой	нет
4	Стул преподавателя	нет
5	Шкаф для хранения учебных пособий и материалов	нет
6	Доска магнитно-маркерная либо меловая	нет
Дополнительное оборудование		
	<i>Дополнительно в форму записываются имеющиеся в наличии оборудование с другими техническими характеристиками, другое оборудование, использующееся в данном кабинете</i>	<i>Технические характеристики заполняются самостоятельно образовательной организацией</i>
II Технические средства (при необходимости)		
Основное оборудование		
1	Компьютер (в сборе) или ноутбук	нет
2	Мультимедийный проектор	нет
3	Интерактивная доска	нет
Дополнительное оборудование		
	<i>Дополнительно в форму записываются имеющиеся в наличии компьютеры, МФУ и др. с другими техническими характеристиками, другое оборудование, использующееся в данном кабинете</i>	<i>Технические характеристики заполняются самостоятельно образовательной организацией</i>
III Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
1	Плакаты по дисциплинам, наглядные учебные пособия	нет
Дополнительное оборудование		
	<i>Дополнительно в форму записываются имеющиеся в наличии компьютеры, МФУ и др. с другими техническими характеристиками, другое оборудование, использующееся в данном кабинете</i>	<i>Технические характеристики заполняются самостоятельно образовательной организацией</i>

3.2. 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.

3.2. Информационное обеспечение обучения.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

- 1.** Мазилкина Е.И. Маркетинг : учебник для СПО / Мазилкина Е.И.. — Саратов : Профобразование, 2024. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-1922-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138133.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
- 2.** Атрушкевич Е.Б. Маркетинг : учебное пособие / Атрушкевич Е.Б., Шопенко О.Ю.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 108 с. — ISBN 978-5-91646-212-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118392.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
- 3.** Баширзаде, Р. Р. Маркетинг : учебное пособие / Р. Р. Баширзаде. — Саратов : Саратовский государственный технический университет, 2022. — 116 с. — ISBN 978-5-7433-3505-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122624.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
- 4.** Шамис, В. А. Маркетинг : практикум / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 78 с. — ISBN 978-5-4497-1817-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124162.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
- 5.** Шамис В.А. Основы маркетинга в различных сферах деятельности : учебное пособие для СПО / Шамис В.А., Левкин Г.Г.. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 173 с. — ISBN 978-5-4488-1569-0, 978-5-4497-1831-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124751.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>основные понятия маркетинга;</p> <p>структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;</p> <p>приемы структурирования информации;</p> <p>формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;</p> <p>содержание актуальной нормативно-правовой документации;</p> <p>современная научная и профессиональная терминология;</p> <p>возможные траектории профессионального развития и самообразования;</p> <p>основные законодательные и нормативные акты в области банковской деятельности.</p> <p>требования к составлению и оформлению различных видов документов; общие правила организации работы с документами; современные информационные технологии создания документов и автоматизации документооборота; организацию работы с электронными документами;</p>	<p>уровень освоения учебного материала;</p> <p>умение использовать теоретические знания и практические умения при выполнении профессиональных задач;</p> <p>уровень сформированности общих и профессиональных компетенций.</p>	<p>тестирование;</p> <p>устный опрос;</p> <p>кейс-метод;</p> <p>оценка решений ситуационных задач;</p> <p>практические занятия;</p> <p>деловые игры.</p> <p>разрешение деловых ситуаций.</p> <p>работа с договорно-правовой документацией,</p>

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
ориентироваться в современных рыночных условиях планировать и организовывать маркетинговые исследования разрабатывать рекламный продукт; составлять план маркетинга основные элементы рынка, понятие сегментации рынка; маркетинговые стратегии основы банковского маркетинга		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия; определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;	оперировать понятиями и терминами; заполнять документы составлять бизнес-план использовать законы и иные нормативные правовые акты в области банковской деятельности;	тестирование; устный опрос; кейс-метод; оценка решений ситуационных задач; практические занятия; деловые игры. разрешение деловых ситуаций. работа с документацией

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; оформлять документацию в соответствии с нормативной базой, используя информационные технологии		