

**ОГБПОУ «КОСТРОМСКОЙ АВТОТРАНСПОРТНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

**ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

# **Маркетинг**

23.02.01.«Организация перевозок и управление на автомобильном транспорте» (Базовая подготовка)

Программа профессиональной дисциплины «Маркетинг»  
разработана на основе Федеральных государственных  
образовательных стандартов (далее – ФГОС) по специальности  
23.02.01. Организация перевозок и управление на автомобильном  
транспорте.

Организация-разработчик: Костромской автотранспортный  
колледж

Разработчики:  
Якимец Марина Владимировна преподаватель экономических  
дисциплин.

Рекомендована методическим советом ОГБПОУ "Костромской  
автотранспортный колледж"

Заключение методического совета  
№ \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	5
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	7
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	8
<b>4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	12
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	13

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## Маркетинг

### 1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО / профессии (профессиям) НПО

23.02.01 Организация перевозок и управление на автомобильном транспорте в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

Изучение студентами основ маркетинга, как концепции рыночного управления производством с целью получения максимальной прибыли и роста объёма автотранспортных услуг, и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выявлять виды и разновидности потребностей, спрос, средства их удовлетворения, изучать конъюнктуру рынка.
2. Обеспечивать продвижение товаров через каналы распределения, формировать спрос с использованием методов маркетинговых коммуникаций.
3. Принимать участие в проведении маркетинговых исследований и разработке комплекса маркетинговых мероприятий.
4. Анализировать товарную политику автотранспортных организаций, участвовать в её разработке.
5. Классифицировать автотранспортные услуги по разным признакам, выявлять и учитывать факторы, влияющие на их качество.
6. Способствовать формированию и поддержанию потребительских предпочтений, проводить маркетинговые исследования по изучению потребительских предпочтений.
7. Определять факторы, влияющие на поведение потребителей автотранспортных услуг, управлять этим поведением.

Примерная программа профессионального модуля может быть использована в качестве программы повышения квалификации

## 1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения профессиональной дисциплины

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

### **иметь практический опыт:**

выявления потребностей и спроса на автотранспортные услуги;  
изучения конъюнктуры рынка автотранспортных услуг;  
применения средств и методов маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта, анализа маркетинговой среды автотранспортной организации;

### **уметь:**

Оценивать потенциал рынка и фактического уровня спроса на товары.  
Анализировать спрос и предложения на товары  
Устанавливать цены на автотранспортные услуги  
Анализировать восприятия новой продукции и ее потенциала.  
Анализировать окружающую среду автотранспортной организации  
Выбирать наиболее эффективные методы продвижения автотранспортных услуг на рынок  
Составлять этапы жизненного цикла транспортной услуги  
Разрабатывать новую автотранспортную услугу  
Проводить маркетинговые исследования рынка автотранспортных услуг  
Планировать рекламную кампанию автотранспортной организации.  
Проводить исследования рынка, товаров, цен, продвижения транспортных услуг, доведения их до потребителя.  
Организовывать коммерческую деятельность предприятий автомобильного транспорта  
Анализировать полученные результаты для принятия решений

### **знать:**

Основные положения и терминологию маркетинга  
Структура маркетинговой деятельности автотранспортной организации  
Характеристику составляющих маркетинга – товар, методы распределения  
Цели и задачи маркетингового исследования рынка автотранспортных услуг  
Основу коммерческой деятельности автотранспортной организации  
Ценовую политику автотранспортной организации

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессиональной дисциплины:**

всего 105 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 70 часов, включая:

в том числе практические работы - 4 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 35 часов;

## **2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности

Изучение конъюнктуры рынка, выявление и формирование спроса на товары

в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 1.1	Выполнять операции по осуществлению перевозочного процесса с применением современных информационных технологий управления перевозками
ПК 1.3.	Оформлять документы, регламентирующие организацию перевозочного процесса.
ПК 2.1.	Организовывать работу персонала по планированию и организации перевозочного процесса.
ПК 2.2	Обеспечивать безопасность движения и решать профессиональные задачи посредством применения нормативно-правовых документов.
ПК 2.3.	Организовывать работу персонала по технологическому обслуживанию перевозочного процесса.
ПК 3.1.	Организовывать работу персонала по обработке перевозочных документов и осуществлению расчётов за услуги, предоставляемые транспортными организациями.
ПК3.2.	Обеспечивать осуществление процесса управления перевозками на основе логистической концепции и организовывать рациональную переработку грузов.

ПК 3.3.	Применять в профессиональной деятельности основные положения, регулирующие взаимоотношения пользователей транспорта и перевозчика
ПК 4.1- 4.3	Оценивать эффективность перевозочного процесса. Находить оптимальные варианты решения задач перевозки с использованием современных научно-исследовательских математических методов. Использовать современное прикладное программное обеспечение сбора, обработки и хранения информации и эффективного решения различных задач, связанных с перевозкой пассажиров грузов.
ПК4.5	Проводить анализ транспортных услуг
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
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 в команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчинённых, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности

### 3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля (СПО)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 1.1 - 1.4, 2.1, 2.4, 3.3, 3.4, 4.1 - 4.5	РАЗДЕЛ 1. Маркетинга	105	70	12		35				
	<b>Всего:</b>	<b>105</b>	<b>70</b>	<b>12</b>	<b>-----</b>	<b>35</b>	<b>-----</b>			



### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся.	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел ПМ 02. Маркетинг			
МДК 1. 03001 Маркетинг			
<b>Тема 1.1. Социально-экономическая сущность и функции маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	<b>2</b>
	1. Содержание понятия маркетинг. Основные компоненты концепции маркетинга. «Рынок продавцам» и «рынок покупателям». Определение маркетинга.	2	
	2. Цели задачи и принципы маркетинга автотранспортной организации. Система маркетинга автотранспортной организации. Контрольное тестирование № 1	2 2	
<b>Тема 1.2. Система маркетинговых исследований</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	<b>2</b>
	1. Сущность принципы и методы, маркетинговых исследований.	2	
	2. Маркетинговое исследование. Этапы маркетинговых исследований. Направления маркетинговых исследований. Исследование маркетинговой бизнес среды и внутренних факторов автотранспортных организаций	2	
	3. Сегментирование рынка. Признаки сегментации. Процесс сегментации рынка автотранспортных услуг.	2	
	4. Анализ производственно-хозяйственной деятельности автотранспортных организаций и маркетинговые исследования	2	

<b>Тема 1.3. Товар и товарная политика</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16</b>	<b>2</b>
	1	Товар в рыночных условиях. Три уровня товара по Ф. Котлеру. Классификация товаров.	2	
	2	Жизненный цикл товара. Виды отдельных жизненных циклов. Маркетинговая тактика на разных фазах жизненного цикла. Маркетинговые характеристики стадий жизненного цикла автотранспортной услуги.	2 2	
	3	Товарный знак, упаковка и маркировка товара. Принципы и условия применения товарного знака. Основные требования, предъявляемые к упаковке.	2	
	4	Товарная политика и ассортимент. Схема элементов товарной политики. Цели и условия товарной политики. Формирование товарного ассортимента. Характеристика товарного ассортимента и возможности его расширения	2 2	
	5	Новые товары и организация сервиса. Позиционирование. Основные задачи службы сервиса. Возможные методы осуществления сервиса.	2	
	6	Товар на автомобильном транспорте (автотранспортная услуга). Структура транспортно-логистического обслуживания Контрольное тестирование № 3	2	
<b>Тема 1.4. Реализация товара</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
	1	Природа каналов распределения. Сравнение маркетинговой и сбытовой концепции. Посредники.	2	
	2	Лизинг как форма реализации (сбыта) товарной продукции	2	
<b>Тема 1.5. Система маркетинговых коммуникаций</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	<b>2</b>
	1	Понятие и структура массовых коммуникаций.	2	
	2	Социально-экономическая сущность маркетинговых коммуникаций	2	
	3	Реклама. Цели рекламы. Виды рекламы	2	
		Практическая работа	2	

	1	Разработка различных видов форм рекламы	2	
<b>Тема 1.6. Управление маркетингом на предприятии</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	<b>2</b>
	1	Сущность, значение и основные этапы процесса управления маркетингом на предприятии. Процесс управления маркетингом АТО.	2	
	2	Планирование и контроль маркетинга. Маркетинговые организационные структуры	2	
		Практическая работа	2	
<b>Тема 1.7. Бизнес-план и его связь с программой маркетинга.</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
	1	Маркетинговые стратегии, план и программа. Основные этапы разработки стратегического плана маркетинга.	2	
	2	Бизнес-план, структура, содержание. Задачи разработки бизнес-плана.	2	
<b>Тема 1.8. Ценовая политика автотранспортных предприятий</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
	1	Цели и методы ценовой политики автотранспортных предприятий (АТП). Методы ценовой политики, ориентированные на предприятие: полное возмещение затрат с достижением намеченной прибыли (график безубыточности), частичное возмещение затрат, цены с учётом уровня предельных издержек.	2	
	2	Понятие рыночной цены. Виды конкретных цен: фиксированная цена, фиксированная цена с последующей индексацией, свободная цена.	2	
<b>Тема 1.9. Реализация автотранспортных услуг</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	
	1	Реклама как мощное средство продвижение автотранспортных услуг. Оценка её эффективности. Реклама в специальных справочниках.	2	
	2	Планирование рекламной компании автотранспортными предприятиями, выбор видов рекламы.	2	

<b>Тема 2.0. Стратегия конкуренции автотранспортных предприятий.</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	
	1	Понятие конкурентоспособности товара (услуги) автотранспортного предприятия.	2	
	2	Факторы конкурентоспособности автотранспортного предприятия на рынке. Оценка конкурентоспособности. Типы стратегии конкурентной борьбы	2	
<b>Тема 2.1. Коммерческая деятельность автотранспортного предприятия</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	
	1	Уставная деятельность предприятий автомобильного транспорта: основная и дополнительная.	2	
	2	Понятие о коммерческой деятельности автотранспортного предприятия. Организация коммерческой работы.	2	

<b>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 03.</b>		
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ..		
<b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b>	<b>35</b>	<b>3</b>
По теме 1.1. «Социально-экономическая сущность маркетинга» Подготовить сообщение: « Жизнь и деятельность Филиппа Котлера» Подготовить опорный конспект на тему: «Классификация признаков маркетинга».	2 1	<b>3</b>
По теме 1.2. «Система маркетинговых исследований» Составить опорный конспект на тему: « Исследование маркетинговой бизнес-среды и внутренних факторов автотранспортной организации».	2 2	<b>3</b>
По теме 1.3. «Товар и товарная политика» Подготовить опорный конспект на темы: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Процесс разработки автотранспортной услуги.</li> <li>• Качество автотранспортной услуги.</li> <li>• Конкуренция и конкурентоспособность.</li> </ul>	2 2 1	<b>3</b>
По теме 1.4. «Реализация товара» Подготовить сообщения на тему: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Процесс разработки автотранспортной услуги.</li> <li>• Качество автотранспортных услуг.</li> </ul>	2 2	<b>3</b>
По теме 1.5. «Система маркетинговых коммуникаций» Составить опорный конспект: <ul style="list-style-type: none"> <li>• «Виды и характеристики рекламы на автомобильном транспорте».</li> <li>• Основные требования, предъявляемые рекламе на автотранспорте».</li> </ul> Составить опорный конспект на тему: «Стимулирование сбыта товаров и услуг на автотранспорте»	1 2 2	<b>3</b>

По теме 1.6. «Управление маркетингом на предприятии». Подготовить сообщение на тему: «Концепции маркетингового управления».	2	3
По теме 1.7. «Бизнес-план и его связь с программой маркетинга» Подготовить сообщение на тему: «Положительные и отрицательные стороны в бизнес-планировании».	2	3
По теме 1.8. «Ценовая политика автотранспортной организации». Составить опорный конспект по темам* <ul style="list-style-type: none"> <li>• Маркетинговые ценовые стратегии.</li> <li>• Функционально-стоимостной анализ в маркетинге.</li> </ul>	2 2	3
По теме 1.9. «Реализация автотранспортных услуг». Подготовить сообщения на тему: <ul style="list-style-type: none"> <li>• «Методы и факторы реализации автотранспортной услуги».</li> </ul>	2	3
По теме 2.0. «Стратегия, конкуренция автотранспортных услуг» Подготовить опорный конспект на тему: «Методы и факторы не добросовестной конкуренции»	2	3
По теме 2.1. «Коммерческая деятельность автотранспортного предприятия» Подготовить опорные конспекты на тему: <ul style="list-style-type: none"> <li>• «Выработка коммерческой стратегии на автотранспортном предприятии».</li> <li>• «Диверсии и диверсификации на автотранспорте».</li> </ul>	2	3
Итого:	35	

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Маркетинг»

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета

- Стол, компьютер, интерактивная доска, для преподавателя
- Столы и компьютеры для студентов
- Комплект учебно-методической документации
- Электронные учебники
- Электронные видеоматериалы
- Электронные плакаты

Технические средства обучения:

- Мультимедийное оборудование
- Принтер
- Цифровая видеокамера, фотоаппарат, web-камера
- Внешние накопители информации
- Подключение к сети Интернет

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Основные источники:

1. Г. А Васильева. Учебное пособие для СПО «Маркетинг» 2009 г.
2. А.А. Бачурин., Учебное пособие для студентов учреждений СПО Маркетинг на автомобильном транспорте. 2010 г
3. Маркетинг товаров и услуг: Учебник.- М.:ФОРУМ:ИНФРА-М,2007

Дополнительные источники:

1. Маркетинг/ Под ред. А. И. Романова.- М.:Банки и биржи, ЮНИТИ 2006
2. Практикум по маркетингу /Под ред. проф.Л.П. Дашкова.- 2.е изд.- М.: И.т.к. «Дашков и К»,2008
3. Н.М. Мурахтанова, Е.И. Ерёмина, сборник практических задач для студентов профессиональных учебных заведений. Маркетинг: сборник практических задач и ситуаций. 2009 г

Интернет ресурсы

[www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru) – сайт гильдии маркетологов.

### 4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Перед изучением модуля обучающиеся изучают следующие дисциплины, «Безопасность жизнедеятельности» « Экономика отрасли и предприятия», «Менеджмент»

### 4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

Наличие высшего или высшего педагогического образования, соответствующего профилю модуля «Изучение конъюнктуры рынка, выявление и формирование спроса на товары»

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Педагогический состав: средне-профессиональное или высшее образование, соответствующее профилю модуля

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, учебной практики, а также при выполнении обучающимися индивидуальных заданий.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация интереса к будущей специальности товароведа	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 2. Выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– выбор и применение методов и способов решения по изучению конъюнктуры рынка, выявлению и формированию спроса на товары. -демонстрация эффективности и качества выполнения задач, стоящих перед товароведом.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач по изучению конъюнктуры рынка,	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при



	выявлению и формированию спроса на товары.	выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные для изучения конъюнктуры рынка, выявлению и формированию спроса на товары.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	– решение нетиповых профессиональных задач с привлечением самостоятельно найденной информации; - оформление результатов самостоятельной работы с использованием ИКТ (презентация, реферат и пр.)	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; - выполнение обязанностей в соответствии с ролью в группе; - участие в планировании организации групповой работы;	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.	самоанализ и коррекция результатов собственной работы	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик