

АЛМАТИНСКИЙ КОЛЛЕДЖ «ПРЕСТИЖ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор

Мун Г.А.
« 15 » 03 2023г.



РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Маркетинг

(Наименование модуля или дисциплины)

Специальность

04140100-«Маркетинг (по отраслям)»;

(Код и наименование)

Квалификация

4S04140103-«Маркетолог»

(Код и наименование)

Форма обучения

очная

на базе

среднего образования

Общее количество часов 168,

кредитов 7

Разработчик

(Подпись)

Маметжанова Г.Х.

(Ф.И.О.)

Пояснительная записка

Описание дисциплины

Настоящая рабочая учебная программа по дисциплине " Маркетинг" социально-экономического направления разработана в соответствии с приказами Министра просвещения Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 75 «Правила организации учебного процесса по кредитной технологии обучения в организациях технического и профессионального, послесреднего образования» и приказом Министра просвещения Республики Казахстан от 6 января 2023 года № 1 «Об утверждении типовых учебных программ цикла или модуля общеобразовательных дисциплин для организаций технического и профессионального, послесреднего образования» по социально-экономическому направлению по специальности **04140100-«Маркетинг (по отраслям)»; 4S04140103-«Маркетолог»**

Цель изучения дисциплины – В результате освоения дисциплины студент должен уметь:

- использовать основные категории маркетинга в практической деятельности;
- выявлять сегменты рынка;
- проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;
- проводить опрос потребителей;
- определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга;
- учитывать особенности маркетинга (по отраслям);
- изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения;
- оценивать поведение покупателей.

В результате освоения дисциплины студент должен знать:

- концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга;
- принципы и функции маркетинга;
- сущность стратегического планирования в маркетинге;
- этапы жизненного цикла продукции с особенностями маркетинга (по отраслям);
- методы маркетинговых исследований;
- факторы маркетинговой среды;
- критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке;
- модель покупательского поведения;
- стратегию разработки нового товара;
- природу и цели товародвижения, типы посредников;
- ценовые стратегии и методы ценообразования;
- цели и средства маркетинговой коммуникации;
- основы рекламной деятельности.

Формируемая компетенция

Курс " Маркетинг" способствует формированию у обучающихся ценностных ориентиров, коммуникативных навыков, этических норм и поведенческих установок обучающихся.

- Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;
- Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;
- Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;
- Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;
- Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий;
- Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации;
- Развивать культуру межличностного общения, взаимодействия между людьми, устанавливать психологические контакты с учетом межкультурных и этнических различий.

На изучения курса " Маркетинг " предусмотрено 168 часов, в том числе теоретических – 30 часов, практических – 42 часов, СРСП 34 часов и 48 часа СРС. И 14 часов на курсовую работу

Постреквизиты

- Основы бухгалтерского учета;
- Организация и технология отрасли и др.

Пререквизиты

Основы экономики

Основы предпринимательской деятельности

Необходимые средства обучения, оборудование

Основная:

1. Конституция Республики Казахстан от 30 августа 1995
2. Закон о предприятии и предпринимательской деятельности.
3. Котлер Ф. Основы Маркетинга, переработан М.: Проспект 2020.
4. Калюжнова Н.Л., Яковцова А.Л. Маркетинг: общий курс, 2018.
5. Леонтьева И.А., Основы маркетинга и менеджмента / учебник, Астана: Фолиант, 2015, 320 стр.
6. Алтыбаев Б.А., Истаева А.А., Основы маркетинга / учебное пособие, Алматы: Экономика, 2020.

Интерактивная доска;

7. Мультимедийный проектор;
8. Персональный компьютер, ноутбук, смартфон;
9. Учебные видеofilмы, аудиозаписи, презентации;
10. Национальный центр информатизации образования <http://www.nci.kz>
11. Казахская национальная электронная библиотека (КазНЭБ) - www.kazneb.kz
12. Образовательная платформа: «Bilim media Group» <https://bilimland.kz>
13. Электронные учебники OKULYK KZ: <https://www.okulyk.kz/>

Контактная информация преподавателя:

Маметжанова Г.Х.

Ф.И.О.

Тел.: +77079141286

e-mail ergul_77@mail.ru

Распределение часов по семестрам

Дисциплина/ код и наименование модуля	Всего часов в модуле	В том числе							
		1 курс		2 курс		3 курс		4 курс	
		1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Маркетинг									
Всего:	168			36	36	38	58		
Итого на обучение по дисциплине/ модулю	168			36	36	38	58		

Содержание рабочей учебной программы

№	Разделы/ результаты обучения	Темы/ критерии оценки	Всего часов	в том числе				Тип занятия	Оценочные задания
				Теорети- ческие	Лабораторно- практические	Самостоятел ьная работа обучающе- гося под руковод- ством преподава- теля	Самостоятел ьная работа обучаю- щегося		
			168	30	42	34+14	48		
Раздел 1. Процесс управления маркетингом									
1	Знать: Основные положения Конституции РК, – концепции рыночной	Процесс управления маркетингом	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	[2] с.3-7
2	экономики и историю развития маркетинга; – принципы и функции	Экономические предпосылки возникновения и развития маркетинга.	2				2	Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	[2] с. 8- 11
3	маркетинга; сущность стратегическог о планирования в маркетинге; этапы	Основные понятия маркетинга.	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	1. [2] с. 11-12
4	жизненного цикла продукции с	Принципы и функции маркетинга, виды маркетинга в зависимости	2		2				2.

	особенностями маркетинга (по отраслям); методы маркетинговых исследований; критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке; – модель покупательского поведения; природу и цели товародвижения, типы посредников с стратегию разработки нового товара; ценовые стратегии и методы ценообразования; – цели и средства маркетинговой коммуникации; основы рекламной деятельности. – цель функционирования	от сферы применения, маркетинг – микс.							
5		Необходимые изучения, внедрения и развития маркетинга в деятельности предприятия, фирм, организации республики.	2				2	Изучение и первичное запоминание знаний и способов Деятельности	[2] с.12-14
6		Проблемы и перспективы развития маркетинга.	2			2			
7		Особенности развития маркетинга в информационную эру.	2				2	Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	[2] с.14-19
8		Анализ рынка возможностей. Отбор целевых рынков:	2	2				Комплексное применение знаний и способов деятельности	[2] с.19-20
9		Сегментирование рынка, позиционирование товара.	2		2				
		Раздел 2. Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований.							
10		Процесс управления маркетингом	2	2		2		Комплексное применение знаний и способов деятельности	[2] с.20-32
11		Сетка развития товара и рынка	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	[2] с.33-35

12	ания предприятия, - производственную	Оценка рыночных возможностей, целей и ресурсов фирмы	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	[2] с.60-61
13	характеристик у и организационную структуру предприятия;	Схема позиционирования товара и рынков	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	[2] с.35-39
14	- основные этапы внутри фирменного планирования; ,регулирующие	Основные элементы комплекса маркетинга: цена, товар, методы стимулирования, методы распространения.	2	2				Комплексное применение знаний и способов деятельности	[2] с.55-58
15	правоотношения в процессе	Подходы к организации маркетинга.	2			2			
16	профессиональной деятельности; использовать необходимые нормативные документы;	Понятие системы маркетинговой информации, классификация маркетинговой информации.	2				2	Комплексное применение знаний и способов деятельности	[2] с.58-60
17	защищать свои права в соответствии с	Составляющие системы маркетинговой информации. Методы сбора информации	2				2	Самостоятельная работа	Составить прогноз прибыли
18	гражданским, гражданско-процессуальными и трудовым законодательством;	Обязательная контрольная работа №1	2	2				Самостоятельная работа	Работа с договорами
19		Этапы маркетинговых исследований, их реализация, формулирование и оформление маркетинговых исследований.	2			2		Самостоятельная работа	
20		Понятие маркетинговой среды функционирования	2			2		Комплексное применение	Работа с договорами

	фирмы, её составные части.						знаний и способов деятельности	
21	Исследование внутренней среды и анализ потенциала фирмы: производство, распределение,	2				2	Самостоятельная работа.	Работа с договорами
22	Менеджмент, финансы, продвижение, организационная структура управления.	2		2				
23	Микросреда и её составляющие:	2	2				Самостоятельная работа	Работа с договорами
24	Типы конкурентов, поставщиков, посредников.	2		2				
25	Макросреда функционирования фирмы и её основные факторы: демографические, экономические, природные, научно-технические, политические, культурные.	2				2	Самостоятельная работа	Работа с договорами
26	Особенности макросреды в РК.	2		2				
27	Интересы продавцов и покупателей, цели и система маркетинга.	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	1. стр. 170-190
28	Интересы и цели покупки со стороны покупателя. Интересы и цели купли –	2	2				Изучение и первичное запоминание	1. , стр. 193-206

		продажи. Основные цели системы маркетинга.						новых знаний и способов деятельности	
		Раздел 3. Сегментирование рынка.							
29		Основные факторы распространения системы маркетинга в сфере предпринимательства, на международной арене, в сфере коммерческой деятельности.	2	2				Изучение и первичное запоминание новых знаний и способов деятельности	Конспект
30		Изучение поведения потребителей. Модели покупательского поведения.	2				2	Изучение и первичное запоминание новых знаний и способов деятельности	[1] с.8-14
31		Процесс принятия решения о покупке.	2		2				
32		Процесс восприятия покупателем товаров – новинок. Культура потребителя, её составляющие.	2	2				Изучение и первичное запоминание новых знаний и способов деятельности	Конспект
33		Основы законодательства РК в области защиты прав потребителей за рубежом и в РК.	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	Конспект
34		Отличие рынка предприятий от рынка потребителей.	2				2	Совершенствование знаний и способов деятельности	[2] с.91-93
35		Рынок товаров промышленного назначения.	2		2				

36	Обязательная контрольная работа №2	2				2	Изучение и первичное запоминание новых знаний и способов деятельности	[3] 259-262
37	Понятие реального, убыточного минимального выбора.	2		2				
38	Максимальное повышение качества, количества ассортимента, доступности стоимости товаров.	2		2				
39	Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.	2				2	Совершенствование знаний и способов деятельности	[2] 268-271
40	Принципы сегментирования потребительских рынков графический, демографический, психологический принцип сегментирования рынка, характеристика.	2		2				
41	Выбор стратегии охвата рынка. Позиционирование товара на рынке, его пути.	2				2	Изучение и первичное запоминание новых знаний и способов деятельности	[1] с.8-14
42	Маркетинговые стратегии охвата рынка: недифференцированный,	2				2	Совершенствование знаний и способов деятельности	1. , стр. 193-206

		дифференцированный, концентрированный.							
43		Численность товарных рынков в РК и их структура	2			2		Урок проверки, оценки и коррекции знаний и способов деятельности	Работа с авторскими правами
44		Понятие конкуренции, Формирование спроса и стимулирование в сфере конкуренции.	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	Работа с авторскими правами
45		Виды конкуренции, характеристика видовой, ценовой, и открытой конкуренции, неустойчивое рыночное равновесие, устойчивое рыночное равновесие.	2		2			Комплексное применение знаний и способов деятельности	Работа с авторскими правами
46		Правила поведения в конкурентной борьбе.	2	2				Комплексное применение знаний и способов деятельности	Работа с авторскими правами
47		Роли в конкурентной борьбе определённой доли рынка. Лидер.	2		2			Совершенство вание знаний и способов деятельности	Работа с авторскими правами
		Раздел 4. Разработка комплекса маркетинга.							
48		Товар. Уровни восприятия товара	2				2	Совершенство вание знаний и способов деятельности	Работа с авторскими правами

49		Виды классификации товаров.	2		2			Совершенство вание знаний и способов деятельности	[2]. – С.34-38.
50		Товарная политика, товарная марка, упаковка и маркировка.	2	2					[2]. – С.151-168.
51		Товарный ассортимент, сервис. Этапы разработки товара. Кривые жизненного цикла товара.	2		2			Совершенство вание знаний и способов деятельности	
52		Стандартизация и сертификация в системе обеспечения конкурентоспособности товара. Маркетинг услуг.	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	[1]. – С.285-304
53		Этапы ценообразований и факторы, влияющие на уровень цен.	2		2			Совершенство вание знаний и способов деятельности	[1]. – С.304-337.
54		Этапы установления исходной цены на товар. Постановки задач ценообразования.	2	2				Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	
55		Обязательная контрольная работа №3	2			2			
56		Методы ценообразования на новые товары. Выбор методики на ценообразования. Установление цены на новый товар.	2			2		Совершенство вание знаний и способов деятельности	[1]. – С.352-368.
57		Выбор методики на ценообразования.	2			2			

	Установление цены на новый товар.							
58	Эластичный и неэластичный спрос.	2			2		Совершенство вание знаний и способов деятельности	[1] – С.368-377.
59	Основные соображения при установлении цены, график безубыточности, кодопозитив 9 вариантов стратегии маркетинга по цене и качеству	2			2			
60	Установление цен на новый товар, установление цен по географическому признаку,	2			2			
61	Стратегия снятия сливок, стратегия прочного внедрения,	2			2		Изучение и первичное запоминание знаний и способов деятельности	
62	Скидки, виды скидок, дискриминационные цены, изменение цен и его факторы.	2			2			
63	Характеристика 5 видов скидок.	2				2	Самостоятельная работа	[1] – С.378-414.
	Раздел. 5. Сбытовая функция маркетинга.							
64	Понятие товародвижения. Природа и цели товародвижения. Организация товародвижения.	2			2		Совершенство вание знаний и способов деятельности	[1] – С.417-426.

65		Значение посредников и каналов распределения и сбыта.	2			2			
66		Финансовые ресурсы и финансовый план предприятия.	2			2		Совершенствование знаний и способов деятельности	[1] – С.426-453.
67		Расчет основных показателей финансового плана	2				2	Самостоятельная работа	Конспект
68		Расчет чистого дохода, расчет показателей рентабельности.	2				2	Самостоятельная работа	
69		Курсовая работа	2			2		Совершенствование знаний и способов деятельности	[1] – С.454-474.
70		Курсовая работа	2			2		Самостоятельная работа	
71		Курсовая работа	2			2		Самостоятельная работа	[1] – С.165-188.
72		Курсовая работа	2			2		Совершенствование знаний и способов деятельности	Конспект
73		Курсовая работа	2			2		Самостоятельная работа	
74		Курсовая работа	2			2		Самостоятельная работа	[1] – С.475-477.
75		Курсовая работа	2			2		Самостоятельная работа	[1] – С.477-486.
76		Понятие ФОССТИС, его составные части и средства..	2			2		Совершенствование знаний и способов деятельности	[1] – С.486-490.

		Каналы и средства распространения рекламы.							
77		Маркетинговая коммуникация – основная функция ФОССТИС	2				2	Самостоятельная работа	
78		Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, метод прямых продаж.	2				2	Самостоятельная работа	[1] – С.523-529.
79		Рекламная деятельность	2			2		Совершенствование знаний и способов деятельности	Конспект
80		Виды рекламы.	2			2		Совершенствование знаний и способов деятельности	
81		Рекламный бюджет.	2				2	Совершенствование знаний и способов деятельности	Сделать доклад
82		Законодательство о рекламе.	2				2	Совершенствование знаний и способов деятельности	Сделать доклад
83		Рекламный бюджет. Правила рекламы	2				2	Совершенствование знаний и способов деятельности	Сделать доклад
84		Обязательная контрольная работа №4	2			2		Урок проверки, оценки и коррекции	Сделать доклад

								знаний и способов деятельности	
	Итого		168	30	42	48	48		