

**Санкт-Петербургское государственное бюджетное  
профессиональное образовательное учреждение  
«Колледж автоматизации производственных процессов  
и прикладных информационных систем»**

Рассмотрена и принята  
на заседании Педагогического совета  
Протокол № 9 от 14.06.2024

УТВЕРЖДЕНА  
Приказом директора  
СПб ГБПОУ «Колледж автоматизации  
производства»  
от 17.06. 2024 г. № 580

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.12 «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ И МАРКЕТИНГА»**

Для специальности **38.02.03 «Операционная деятельность в логистике»**

Квалификация специалиста	операционный логист
Форма обучения	Очная
Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ	Основное общее образова- ние
Срок получения СПО по ППССЗ	2года 10 месяцев
Год начала подготовки	2024

Рабочая программа учебной дисциплины разработана с целью формирования дополнительных компетенций, умений и знаний, необходимых для обеспечения лучшей подготовки выпускников и возможности продолжения ими образования, в рамках вариативной части программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.03 «Операционная деятельность в логистике» (утв. приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.04.2022 № 257).

Организация-разработчик: Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Колледж автоматизации производственных процессов и прикладных информационных систем»

Программу составил Карипова И.А. преподаватель СПб ГБПОУ «Колледж автоматизации производства»

Программа рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии, протокол № 7 от 15.05.2024.

Заведующий отделом СОП

А.Ф. Жмайло

**С О Д Е Р Ж А Н И Е**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	6
2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины.....	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	11

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОП.12 «Основы экономики и маркетинга»**

**1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.03 «Операционная деятельность в логистике»

**1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 2.1 ПК 3.3 ПК 3.3	<i>ориентироваться в вопросах экономической теории в современных условиях; определять емкость и долю рынка; проводить сегментацию потребителей, позиционирование и дифференцирование товаров на рынке; анализировать маркетинговую среду предприятия; определять вид и стадию жизненного цикла товара.</i>	<i>закономерности функционирования рыночных механизмов на микро- и макроуровнях и методы государственного регулирования; общие положения экономической теории; составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику; методы изучения рынка, анализа окружающей среды; конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат, управление маркетингом; принципы товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики.</i>

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы общие и профессиональные компетенции:

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное пове-

	дение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 7	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 8	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 2.1	Сопровождать логистические процессы в производстве, сбыте и распределении
ПК 3.2	Определять параметры логистического сервиса
ПК 3.3	Оценивать качество логистического сервиса
ПК 4.1	Планировать работу элементов логистической системы

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

№ п/п	Вид учебной работы	Объем часов
1.	<b>Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем</b>	62
в том числе:		
	– теоретическое обучение	48
	– практические занятия	12
	– консультации	-
	– промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	2
2.	<b>Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся</b>	0
<b>Всего по дисциплине в рамках образовательной программы</b>		62

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов			Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
		всего	практические занятия	в форме практической подготовки	
1	2	3	4	5	6
<b>Тема 1. Экономика и экономическая наука</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>22</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>ОК 1-ОК 6</b>
	1.1. Экономика как наука. Проблемы выбора в экономике.	18		2	
	1.2. Производство и воспроизводство				
	1.3. Рынок: понятие, функции, классификация				
	1.4. Спрос: факторы, закон спроса, исключения из закона спроса. Эластичность спроса				
	1.5. Предложение: факторы, закон предложения. Эластичность предложения				
	1.6. Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие и динамика.				
	1.7. Экономический рост: типы, факторы, способы измерения, последствия.				
	1.8. Цикличность развития экономики. Инфляция, как проявление макроэкономической нестабильности				
	1.9. Международная торговля				
	<i>Практическое занятие 1.</i> Построение кривых спроса и предложения. <i>Практическое занятие 2.</i> Решение задач по определению равновесной цены и равновесного объема	4	4	4	
	<b>Тема 2. Общие положения маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
2.1. Понятие маркетинга и его основные принципы. Субъекты и факторы микро- и макросреды маркетинга.	<b>6</b>		<b>2</b>		
2.2. Маркетинговые исследования: понятие, цели, задачи. Маркетинговая информация					

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов			Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
		всего	практические занятия	в форме практической подготовки	
	2.3 Номенклатура и ассортимент. Классификация видов товаров и услуг. Характеристика логистической услуги как особого вида товара. <i>Практическая работа 3. Проведение маркетингового исследования с использованием вторичной информации.</i>	2	2	2	
Тема 3. Анализ рынка	<b>Содержание учебного материала</b>	8	4	6	ОК 1-ОК 6
	3.1. Сегментация рынка. Выбор стратегии сегментации	4		2	
	3.2 Понятие конкуренции и анализ конкурентоспособности <i>Практическое занятие 4. Проведение сегментации рынка. Составление карты эмпатии.</i>	4	4	4	
	<i>Практическое занятие 5. Анализ конкурентов компании</i>				
Тема 4. Маркетинг организации	<b>Содержание учебного материала</b>	6	2	4	ОК 1-ОК 8
	4.1. Концепции маркетинговой деятельности. Миссия организации. SWOT-анализ.	4		2	
	4.2 Комплекс маркетинга (маркетинг микс) <i>Практическое занятие 6. Проведение SWOT-анализа</i>	2	2	2	
Тема 5. Товарная политика компании	<b>Содержание учебного материала</b>	6	2	2	ОК 1-ОК 6
	5.1 Товарная политика. Жизненный цикл товара. Многоуровневая модель товара.	4			
	5.2 Позиционирование товара и УТП. <i>Практическое занятие 7. Характеристика услуг (товаров), формирование УТП и позиционирование.</i>	2	2	2	
Тема 6. Сбытовая система предприятия	<b>Содержание учебного материала</b>	4	0	2	ОК 1-ОК 6
	6.1. Организация сбытовой системы предприятия. Товародвижение, каналы распределения	4		2	
	6.2. Виды и функции посредников.				

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов			Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
		всего	практические занятия	в форме практической подготовки	
<b>Тема 7. Ценовая политика предприятия</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>ОК 1-ОК 6</b>
	7.1. Цена товара (услуги). Функции цен. Виды цен	4		2	
	7.2. Формирование цены в процессе товародвижения. Методы и стратегии ценообразования				
<b>Тема 8. Система маркетинговых коммуникаций</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>ОК 1-ОК 6</b>
	8.1. Коммуникационная политика: понятие, значение. Элементы коммуникационной политики	4		2	
	8.2. Элементы коммуникационной политики				
<b>Промежуточная аттестация</b>		Дифференцированный зачет			
<b>Всего</b>		<b>62</b>	<b>14</b>	<b>30</b>	

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Кабинет «Экономики и маркетинга», оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся, шкафы-стеллажи для размещения учебно-наглядных пособий и документации, рабочее место преподавателя, комплект учебно-наглядных пособий, методические материалы по дисциплине; техническими средствами обучения: компьютерное, соответствующее современным требованиям безопасности и надёжности, мультимедийное оборудование (проектор и проекционный экран), локальная сеть с выходом в Internet.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа располагает печатными и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе

##### **3.2.1. Основные источники**

1. Кнышова Е.Н. Маркетинг : учебное пособие для ссузов – М. : Форум, 2020, <http://znanium.com/>
2. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг. Менеджмент: экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Мир книг, 2020. - 479 с. <http://znanium.com/>

##### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Багиев Г.Л., Алексеев А.А. Основы проведения маркетинговых исследований// <http://www.marketing.spb.ru/read/m1/index.htm>
2. Багиев Г.Л., Наумов В.Н. Руководство к практическим занятиям по маркетингу с использованием кейс-метода // <http://eur.ru/Documents/2020-03-03/15BCE.asp>
3. Багиев Г.Л., Богданова Е.Л. Маркетинг-статистика // <http://www.marketing.spb.ru/read/m9/index.htm>
4. Васильев В.Н. Основы маркетинга // <http://eur.ru/Documents/2019-08-02/31602.asp>

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

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:  <i>закономерности функционирования рыночных механизмов на микро- и макроуровнях и методы государственного регулирования;</i>  <i>общие положения экономической теории;</i>  <i>составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</i>  <i>средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристики;</i>  <i>методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</i>  <i>конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат, управление маркетингом;</i>  <i>принципы товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики.</i></p>	<p>Полнота ответов, точность формулировок, не менее 75% правильных ответов.</p>	<p><b>Текущий контроль при проведении:</b>  - устных зачетов;  - понятийных диктантов;</p> <hr/> <p><b>Промежуточная аттестация</b>  в форме дифференцированного зачета</p>
<p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:  <i>ориентироваться в вопросах экономической теории в современных условиях; определять емкость и долю рынка;</i>  <i>проводить сегментацию потребителей, позиционирование и дифференцирование товаров на рынке;</i>  <i>анализировать маркетинговую среду предприятия;</i>  <i>определять вид и стадию жизненного цикла товара.</i>  <i>конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат, управление маркетингом;</i></p>	<p>Правильность, полнота выполнения заданий, точность формулировок, точность расчетов.  Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательностей действий.  Точность оценки, самооценки выполнения.  Соответствие требованиям инструкций, регламентов  Рациональность действий.</p>	<p><b>Текущий контроль при проведении:</b>  - практических работ;</p> <hr/> <p><b>Промежуточная аттестация</b>  в форме дифференцированного зачета</p>

<b>Результаты обучения</b>	<b>Критерии оценки</b>	<b>Методы оценки</b>
<i>принципы товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики.</i>		