**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.12 МАРКЕТИНГ**

**по специальности**

**38.02.01 Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям)**

*Базовая подготовка среднего профессионального образования*

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **стр.** |
| 1. **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
 | **4** |
| 1. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
 | **7** |
| 1. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
 | **11** |
| 1. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
2. **ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ**
 | **13** 20 |
|  |  |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

* 1. **Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

 Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована при повышении квалификации, профессиональной подготовки, переподготовки

**1.2 Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ:**

Общепрофессиональным дисциплина относится к профессиональному циклу

специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

**1.3 Цель и планируемые результаты освоения учебной дисциплины:**

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь**:

У 1- использовать основные категории маркетинга в

практической деятельности;

У 2− выявлять сегменты рынка;

У 3− проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты

и принимать маркетинговые решения;

У 4− проводить опрос потребителей;

У 5− определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга;

У 6− учитывать особенности маркетинга (по отраслям);

У 7− изучать и анализировать факторы маркетинговой среды,

принимать маркетинговые решения;

У 8− оценивать поведение покупателей;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

 З 1- концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга;

 З 2 − принципы и функции маркетинга;

 З 3 − сущность стратегического планирования в маркетинге;

 З 4 − этапы жизненного цикла продукции с особенностями маркетинга

 (по отраслям);

 З 5 − методы маркетинговых исследований;

З 6− факторы маркетинговой среды;

З 7− критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара

 на рынке;

З 8− модель покупательского поведения;

З 9 − стратегию разработки нового товара;

З 10− природу и цели товародвижения, типы посредников;

З 11− ценовые стратегии и методы ценообразования;

З 12− цели и средства маркетинговой коммуникации;

З 13− основы рекламной деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен сформировать следующие **компетенции**:

- **общие**:

|  |  |
| --- | --- |
| ОК 01 | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; |
| ОК 02 | Использовать современные средства поиска, анализ и интерпретацию информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; |
| ОК 03 | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуаций; |
| ОК 04 | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; |
| ОК 05 | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; |
| ОК 09 | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках. |

- **профессиональные**:

|  |  |
| --- | --- |
| ПК 2.6 | Осуществлять сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов; |
| ПК 2.7 | Выполнять контрольные процедуры и их документирование, готовить и оформлять завершающие материалы по результатам внутреннего контроля.; |
| ПК 4.6 | Анализировать финансово-хозяйственную деятельность, осуществлять анализ информации, полученной в ходе проведения контрольных процедур, выявление и оценку рисков; |
| ПК 4.7 | Проводить мониторинг устранения менеджментом выявленных нарушений, недостатков и рисков. |

- **личностные результаты**

|  |  |
| --- | --- |
| ЛР 13 | Готовность обучающегося соответствовать ожиданиям работодателей: ответственный сотрудник, дисциплинированный, трудолюбивый, нацеленный на достижение поставленных задач, эффективно взаимодействующий с членами команды, сотрудничающий с другими людьми, проектно мыслящий. |
| ЛР 14 | Приобретение обучающимся навыка оценки информации в цифровой среде, ее достоверность, способности строить логические умозаключения на основании поступающей информации и данных. |
| ЛР 22 | Приобретение навыков общения и самоуправления.  |
| ЛР 25 | Способный к генерированию, осмыслению и доведению до конечной реализации предлагаемых инноваций. |
| ЛР 26 | Демонстрирующий клиентоориентированный подход в работе с будущими и действующими сотрудниками компании и непосредственными потребителями услуг (клиентами компании). |
| ЛР 27 | Проявляющий способности к непрерывному развитию в области профессиональных компетенций и междисциплинарных знаний. |
| ЛР 29  | Понимающий сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявляющий к ней устойчивый интерес. |
| ЛР 30 | Осуществляющий поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения различных задач, профессионального и личностного развития. |
| ЛР 31 | Умеющий эффективно работать в коллективе, общаться с коллегами, руководством, потребителями. |

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| Объем образовательной программы учебной дисциплины | 32 |
| в том числе: |
| теоретическое обучение | 20 |
| практические занятия/ практическая подготовка | 0/12 |
| **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета в III семестре** |

**2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины**

**ОП.12 Маркетинг**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся** | **Объём часов** | **Коды компетенций** **формированию которых способствует элемент программы** |
| **1** | **2** |  **3** | **4** |
| **Раздел 1. Основы маркетинга****11Основы мамаркетинга** |  |  **12** |  |
| Тема 1.1 Сущность маркетинга  | Маркетинг как экономическая категория. Основные понятия маркетинга. История развития маркетинга и концепции рыночной экономики. Цели и задачи маркетинга. Классификация и типы маркетинга. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности (по отраслям). |  2 | У1-У8, З1-З13ОК 01 - 05, ОК 09,ПК 2.6; ПК 2.7; ПК4.6;ПК4.7; ЛР 13, ЛР 14, ЛР 22, ЛР 25 ЛР 26, ЛР 27, ЛР 29,ЛР 30,ЛР 31 |
| Тема 1.2 Окружающая среда маркетинга  | Основные элементы окружающей среды фирмы. Маркетинг как сфера деятельности фирмы |  2 | У1-У8, З1-З13ОК 01 - 05, ОК 09,ПК 2.6; ПК 2.7; ПК4.6;ПК4.7; ЛР 13, ЛР 14, ЛР 22, ЛР 25 ЛР 26, ЛР 27, ЛР 29,ЛР 30,ЛР 31 |
| **Практическое занятие №1** Анализ факторов маркетинговой среды, влияющих на работу фирмы. |  2 |
| Тема 1.3 Маркетинговая информация и маркетинговое исследование  | Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Вспомогательные системы маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация.Методы маркетинговых исследований. |  2 | У1-У8, З1-З13ОК 01 - 05, ОК 09,ПК 2.6; ПК 2.7; ПК4.6;ПК4.7; ЛР 13, ЛР 14, ЛР 22, ЛР 25 ЛР 26, ЛР 27, ЛР 29,ЛР 30,ЛР 31 |
| Тема 1.4 Покупательское поведение потребителей  | Потребительский рынок и поведение на нем покупателей. Рынок предприятий. Поведение потребителей промышленных товаров |  2 | У1-У8, З1-З13ОК 01 - 05, ОК 09-11,ПК 2.6; ПК 2.7; ПК4.6;ПК4.7; ЛР 13, ЛР 14, ЛР 22, ЛР 25 ЛР 26, ЛР 27, ЛР 29,ЛР 30,ЛР 31 |
| **Практическое занятие№2**Оценка поведения различных групп покупателей |  2 |
| **Раздел 2. Основные стратегии маркетинга** |  |  **14** |  |
| Тема. 2.1 Сегментирование рынка  | Основные принципы сегментации потребительского рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Способы и стратегии охвата рынка. Пути позиционирования товара на рынке.  |  2 | У1-У8, З1-З13ОК 01 - 05, ОК 09,ПК 2.6; ПК 2.7; ПК4.6;ПК4.7; ЛР 13, ЛР 14, ЛР 22, ЛР 25 ЛР 26, ЛР 27, ЛР 29,ЛР 30,ЛР 31 |
| **Практическое занятие №3**Исследование сегментов рынка.  |  2 |
| Тема. 2.2 Стратегическое планированиепланирование в маркетинге  | Понятие и сущность стратегического планирования в управлении предприятием. Цель стратегического планирования. Планирование маркетинга. Маркетинговая программа.  |  2 | У1-У8, З1-З13ОК 01 - 05, ОК 09,ПК 2.6; ПК 2.7; ПК4.6;ПК4.7; ЛР 13, ЛР 14, ЛР 22, ЛР 25 ЛР 26, ЛР 27, ЛР 29,ЛР 30,ЛР 31 |
| Тема. 2.3 Основы товарной политики  | Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Разработка нового товара в маркетинговой системе. Жизненный цикл товара. Сущность ассортимента и товарной номенклатуры. |  2 | У1-У8, З1-З13ОК 01 - 05, ОК 09,ПК 2.6; ПК 2.7; ПК4.6;ПК4.7; ЛР 13, ЛР 14, ЛР 22, ЛР 25 ЛР 26, ЛР 27, ЛР 29,ЛР 30,ЛР 31 |
| **Практическое занятие№4**Определение этапов жизненного цикла товара.  |  2 |
| Тема. 2.4 Ценообразование в маркетинге  | Понятие и сущность цены. Типы рынков в зависимости от ценообразования. Цели ценообразования. Зависимость цены от спроса. Методы ценообразования. Факторы, влияющие на установление цены продукта. Управление ценами: скидки и демпинг. Основные виды ценовой стратегии. Управление ценами: скидки и демпинг. |  2 | У1-У8, З1-З13ОК 01 - 05, ОК 09,ПК 2.6; ПК 2.7; ПК4.6;ПК4.7; ЛР 13, ЛР 14, ЛР 22, ЛР 25 ЛР 26, ЛР 27, ЛР 29,ЛР 30,ЛР 31 |
| **Практическое занятие №5**Ценообразование и ценовая политика фирмы |  2 |
| **Раздел. 3. Сбытовая функция маркетинга** |  |  **5** |  |
| Тема. 3.1 Организация товародвижения  | Основные методы распространения товаров. Товародвижение. Природа и цели товародвижения. Организация товародвижения. Значение посредников и каналов распределения и сбыта и функция. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников. |  2 | У1-У8, З1-З13ОК 01 - 05, ОК 09,ПК 2.6; ПК 2.7; ПК4.6;ПК4.7; ЛР 13, ЛР 14, ЛР 22, ЛР 25 ЛР 26, ЛР 27, ЛР 29,ЛР 30,ЛР 31 |
| **Практическое занятия №6**Организация сбыта. Выбор посредников |  2 |
| Тема. 3.2 Рекламное дело  | Рекламная деятельность. Виды рекламы. Рекламный бюджет. Правила рекламы. Законодательство о рекламе. |  2 | У1-У8, З1-З13ОК 01 - 05, ОК 09,ПК 2.6; ПК 2.7; ПК4.6;ПК4.7; ЛР 13, ЛР 14, ЛР 22, ЛР 25 ЛР 26, ЛР 27, ЛР 29,ЛР 30,ЛР 31 |
| **Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)** |  |  |
|  **Всего:** |  **32** |  |

**3. условия реализации ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ дисциплины**

**3.1 Материально-техническое обеспечение реализации учебной дисциплины:**

Учебная дисциплина реализуется в учебном кабинете № 202

- оборудованные учебные посадочные места для обучающихся и преподавателя - классная доска (стандартная или интерактивная),

- наглядные материалы*,*

техническими средствами обучения:

- мультимедийный проектор,

- компьютер,

 - пакет лицензионных программ: MS Office , СПС ГАРАНТ, «1С» ,

- комплект учебно-методической документации.

 3.2 Информационное обеспечение реализации программы

**3.2.1** **Основные источники**

 1. Парамонова, Т.Н. Маркетинг : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 189 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07433-6. — URL: https://book.ru/book/932563 (дата обращения: 04.02.2020). — Текст : электронный

 2. Маркетинг: учебное пособие для СПО/ Е.П. Михалева – 2-е изд.- М.: Издательство Юрайт, 2018

 **3.2.2 Основные электронные издания**

 1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

2. Министерство образования и науки РФ ФГАУ «ФИРО» http://www.firo.ru/

3. Портал «Всеобуч»- справочно-информационный образовательный сайт, единое окно доступа к образовательным ресурсам –http://www.edu-all.ru/

4. Экономико–правовая библиотека [Электронный ресурс]. — Режим доступа :<http://www.vuzlib.net>.

 **3.2.3 Дополнительные источники**

 1. Гавриленко Н.И. Основы маркетинга – М.: Издательский центр «Академия», 2018.

 2. Герасимов Б.И., Жариков В.В., Жарикова В.В. Маркетинг – М.: «ФОРУМ», 2018.

**Интернет-ресурсы**

1. http://www.marketolog.ru/-маркетолог

2. http://www.marketing.spb.ru/-энциклопедия

3. http://www.marketingandresearch.ru/-журнал

4. http://marketingmix.com.ua/-маркетинг

5. Электронная библиотека ЮРАЙТ <https://biblio-online.ru/>

6. Электронная библиотека https://book.ru/book

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Код и наименование общих и профессиональных компетенций, личностных результатов, знаний , умений** | **Критерии оценки** | **Методы оценки** |
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | Выбор оптимальных способов решения профессиональных задач применительно к различным контекстам.  | Оценка эффективности и качества выполнения задач |
| ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализ и интерпретацию информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | Эффективный поиск необходимой информации, использование различных источников получения информации, включая интернет-ресурсы. | Оценка эффективности и качества выполнения задач |
| ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуаций | Умение постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач;Своевременность сдачи практических заданий, отчетов по практике; Рациональность распределения времени при выполнении практических работ с соблюдением норм и правил внутреннего распорядка.  | Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии,участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение |
| ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | Взаимодействие с коллегами, руководством, клиентами, самоанализ и коррекция результатов собственной работы.  | Экспертное наблюдение и оценка результатов формирования поведенческих навыков в ходе обучения  |
| ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | Использование механизмов создания и обработки текста, а также ведение деловых бесед, участие в совещаниях, деловая телефонная коммуникация.  | Оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе |
| ОК.09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках | Умение использовать в образовательной и профессиональной деятельности электронно-правовые системы, умение применять бухгалтерские программы и осуществлять представление документов в органы статистики через телекоммуникационные каналы.  | Оценка умения применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач и использования современного программного обеспечения |
| ПК.2.6 Осуществлять сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов | Проводить сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов | Экспертная оценка деятельности обучающихся при выполнении и защите результатов практических занятий, выполнении домашних работ, опроса, результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся. |
| ПК.2.7 Выполнять контрольные процедуры и их документирование, готовить и оформлять завершающие материалы по результатам внутреннего контроля | Составлять акт по результатам инвентаризации;составлять сличительные ведомости и устанавливать соответствие данных о фактическом наличии средств данным бухгалтерского учета; выполнять контрольные процедуры и их документирование, готовить и оформлять завершающие материалы по результатам внутреннего контроля. |
| ПК.4.6 Анализировать финансово-хозяйственную деятельность, осуществлять анализ информации, полученной в ходе проведения контрольных процедур, выявление и оценку рисков. | Определять объем работ по финансовому анализу, потребность в трудовых, финансовых и материально-технических ресурсах;определять источники информации для проведения анализа финансового состояния экономического субъекта |
| ПК.4.7 Проводить мониторинг устранения менеджментом выявленных нарушений, недостатков и рисков. |  Формировать информационную базу, отражающую ход устранения выявленных контрольными процедурами недостатков |
| ЛР 13 Готовность обучающегося соответствовать ожиданиям работодателей: ответственный сотрудник, дисциплинированный, трудолюбивый, нацеленный на достижение поставленных задач, эффективно взаимодействующий с членами команды, сотрудничающий с другими людьми, проектно мыслящий. |  Грамотное изложение мыслей, ответственное выполнение своих профессиональных обязанностей, умение сотрудничать с коллективом для выполнения поставленных задач и целей. | Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение- Экспертное наблюдение и оценка результатов формирования поведенческих навыков в ходе обучения-Оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе |
| ЛР 14. Приобретение обучающимся навыка оценки информации в цифровой среде, ее достоверность, способности строить логические умозаключения на основании поступающей информации и данных. | − выявление и эффективно поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;− составление плана действия;− определение необходимых ресурсов;− реализация составленного плана; - оценка результата и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). |
| ЛР 22 Приобретение навыков общения и самоуправления.  | - доброжелательное и доверительное отношение в коллективе, умение управлять рабочим процессом  |
| ЛР 25 Способный к генерированию, осмыслению и доведению до конечной реализации предлагаемых инноваций. | −выявление достоинств и недостатков идеи;−презентация идей открытия собственного дела в профессиональной деятельности;- выявление и определение конечной цели и эффективности от реализации идей. |
| ЛР 26 Демонстрирующий клиентоориентированный подход в работе с будущими и действующими сотрудниками компании и непосредственными потребителями услуг (клиентами компании). | - выстраивание отношений с контрагентами компании для реализации целей ;- толерантное отношение с будущими и действующими сотрудниками |
| ЛР 27 Проявляющий способности к непрерывному развитию в области профессиональных компетенций и междисциплинарных знаний. | −определение и выстраивание траектории профессионального развития и самообразования. |
| ЛР 29 Понимающий сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявляющий к ней устойчивый интерес. |  Демонстрация умений и знаний профессиональных тем; составление документации, относящейся к процессам профессиональной деятельности, побуждение к обучению и повышению квалификации |
| ЛР 30 Осуществляющий поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения различных задач, профессионального и личностного развития. | −определение задач для поиска информации;−определение необходимых источников информации;−планирование процесса поиска; структурирование получаемой информации;−выделение наиболее значимой в перечне информации;−оценивание практической значимости результатов поиска;−оформление результатов поиска |
| ЛР 31 Умеющий эффективно работать в коллективе, общаться с коллегами, руководством, потребителями. | −организация работы коллектива и команды;−взаимодействие с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности |
|  З 1 Знание концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга | оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения; оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач;оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно | Экспертная оценка деятельности обучающихся при выполнении и защите результатов практических занятий, выполнении домашних работ, опроса, результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся. |
|  З 2 Знание принципов и функций маркетинга |
| З 3 Знание сущности стратегического планирования в маркетинге |
| З 4 Знание этапы жизненного цикла продукции с особенностями маркетинга (по отраслям) |
| З 5 Знание методов маркетинговых исследований |
|  З 6 Знание факторов маркетинговой среды |
| З 7 Знание критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке |
|  З 8 Знание модели покупательского поведения |
|  З 9 Знание ценовых стратегий и методов ценообразования |
| З 10 Знание природы и цели товародвижения, типы посредников  |
| З 11 Знание основы рекламной деятельности |
| З 12 Знание ценовых стратегий и методов ценообразования |
| З 13 Знание основы рекламной деятельности |
| У 1 Умение использовать основные категории тестирование маркетинга в практической деятельности | Экспертная оценка деятельности обучающихся при выполнении и защите результатов практических занятий, выполнении домашних работ, опроса, результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся. |
| У 2 Умение выявлять сегменты рынка |
| У 3 Умение проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения |
| У 4 Умение проводить опрос потребителей |
| У 5 Умение определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга |
| У 6 Умение учитывать особенности маркетинга (по отраслям) |
| У 7 Умение изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения |
| У 8 Умение оценивать поведение покупателей |

**5. ПЕРЕЧЕНЬ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ**

5.1 Пассивные: лекция, чтение, опрос.

5.2 Активные и интерактивные: мозговой штурм, кейс-метод, метод проектов