

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
Филиал ФГБОУ ВО ИРНИТУ в г. Усолье-Сибирском

Председатель научно-методического
совета филиала

 Н.Е. Федотова
« 03 » 04 20 25 г.

**ОП.13 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Рабочая программа учебной дисциплины

Специальность	18.02.12 Технология аналитического контроля химических соединений
Квалификация	Техник
Форма обучения	Очная
Год набора	2025
Составитель программы:	Иванова С.С., преподаватель

2025 г.

Программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 18.02.12 Технология аналитического контроля химических соединений с учетом примерной основной образовательной программы.

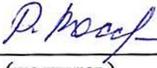
Программу составила:

Иванова Светлана Сергеевна, преподаватель

«17» 02 2025 г. 
(подпись)

Программа одобрена на заседании цикловой комиссии

Обслуживания и ремонта промышленного оборудования и автотранспорта

Протокол № 8 от «26» 03 2025 г. Председатель ЦК  Р.В. Россова
(подпись)

Программа согласована с цикловой комиссией

Аналитического контроля производственных процессов

Протокол № 8 от «26» 03 2025 г. Председатель ЦК  Л.С.Цубикова
(подпись)

Согласовано:

Зам. директора по учебной работе

«26» 03 2025 г.  О.В. Черепанова
(подпись)

Программа рассмотрена и рекомендована к утверждению на заседании научно-методического совета филиала

Протокол № 4 от «24» 03 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.13 Основы маркетинга и предпринимательской деятельности»

Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: общепрофессиональный цикл.

Учебная дисциплина имеет межпредметные связи с предметами:

общепрофессионального цикла - ОП.05 Основы экономики; ОП.12 Основы финансовой грамотности.

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен освоить следующие общие и профессиональные компетенции:

Перечень общих компетенций

Коды компетенций, личностных результатов (ОК, ПК)	Наименование общих компетенций
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации 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 ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

Требования к планируемым результатам освоения дисциплины представлены в таблице:

Коды компетенций, личностных результатов (ОК, ПК)	Умения	Знания
ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 07	У 1: использовать основные категории маркетинга и предпринимательства в практической деятельности; У 2: разрабатывать бизнес-план; У 3: проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения; У 4: определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга; У 5: изучать и анализировать факторы маркетинговой среды.	З 1: нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; З 2: принципы и функции маркетинга; З 3: сущность стратегического планирования в маркетинге; З 4: факторы маркетинговой среды; З 5: модели покупательского поведения; З 6: комплекс маркетинга (товарная политика, ценовая политика, политика товародвижения,

		коммуникационная политика).
--	--	-----------------------------

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы		Объем в часах
Учебная нагрузка обучающихся:		36
из них вариативная часть:		36
в том числе:		
лекции, уроки		20
семинарские занятия		2
практические занятия		12
самостоятельная работа обучающихся		2
Промежуточная аттестации в форме зачета	5 семестр	

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины «ОП.13 Основы маркетинга и предпринимательской деятельности»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций и личностных результатов*, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Основные понятия и категории маркетинга и предпринимательской деятельности			
Тема 1.1. Основные понятия и категории маркетинга	Содержание учебного материала		ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	1. Маркетинг как экономическая категория. Этапы развития маркетинга и предпринимательства. Концепции маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Принципы и функции маркетинга.	2	
	2. Маркетинговая среда. Роль маркетинга в предпринимательской деятельности. Бизнес-планирование. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.	2	
	Всего по теме:	4	
Тема 1.2. Маркетинговая информация. Маркетинговое исследование рынка	Содержание учебного материала		ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	3. Понятие и сущность маркетинговой информации и маркетингового исследования рынка. Конкурентные стратегии. Анализ внутренней и внешней среды. SWOT-анализ предприятия. Методы исследования рынка.	2	
	Практические занятия		
	Практическая работа №1 Составление анкеты для проведения маркетингового исследования.	2	
	Практическая работа №2 Анализ внутренней и внешней среды. SWOT-анализ предприятия.	2	
	Всего по теме:	6	

Тема 1.3. Сегментация рынка.	Содержание учебного материала		ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	4. Понятие и сущность сегментирования. Этапы и виды сегментации. Критерии сегментации рынка. Стратегия и возможности сегментации рынка. Понятие сегмента и ниши рынка. Выбор целевых сегментов	2	
	Всего по теме:	2	
Тема 1.4 Покупательское поведение потребителей	Содержание учебного материала		ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	5. Классификация потребителей. Характеристики покупателей, влияющие на их поведение при покупке. Личностные и психологические факторы. Моделирование покупательского поведения. Основные характеристики покупателей. Реакции покупателей на покупку.	2	
	Всего по теме:	2	
Раздел 2. Комплекс маркетинга			
Тема 2.1. Товарная политика	Содержание учебного материала		ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	6. Понятие товара, классификация товара. Потребительские свойства товара. Товарный ассортимент. Конкурентоспособность товара.	2	
	7. Разработка нового товара. Маркетинговая стратегия на каждом этапе ЖЦТ. Товарный знак. Сущность товародвижения. Пути повышения конкурентоспособности товара.	2	
	Практические занятия		
	Практическая работа №3 Разработка товарной политики фирмы	2	
	Всего по теме:	6	
Тема 2.2 Политика ценообразования	Содержание учебного материала		ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	8. Ценообразование: понятие и сущность. Виды и методы ценообразования. Определение цены. Роль цены на рынке. Регулирование ценообразования: скидки и демпинг. Показатели финансового положения фирмы. Реакция потребителей на изменения цен.	2	
	Практические занятия		
	Практическая работа №4. Разработка ценовой политики фирмы	2	

	Всего по теме:	4	
Тема 2.3 Сбытовая политика фирмы. Политика товародвижения	Содержание учебного материала		ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	9. Сбытовая политика предприятия. Организация системы товародвижения. Методы каналов сбыта. Каналы распределения товаров. Формы распределения товаров. Виды торговых посредников. Стратегии продвижения товара. Система продвижения товара.	2	
	Практические занятия		
	Практическая работа № 5. Реклама как составная часть маркетинговой деятельности. Имидж и фирменный стиль.	2	
	Самостоятельная работа. Понятие рекламы, ее цели и функции. Формы рекламы.	2	
	Всего по теме:	4	
Раздел 3. Планирование и контроль маркетинга			
Тема 3.1 Стратегическое и тактическое планирование маркетинга	Содержание учебного материала		ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07
	10. Планирование маркетинга, его задачи и принципы. План маркетинга, его разделы. Стратегическое и тактическое планирование, этапы планирования. Виды маркетинговых стратегий: понятие, характерные черты. Тактика маркетинга. Бостонская матрица. План и определение бюджета маркетинга. Содержание маркетингового контроля, его типы. Внешний и внутренний аудит в маркетинге.	2	
	Практические занятия		
	Практическая работа № 6. Цели, объекты и методы маркетингового планирования	2	
	Семинарское занятие: Составление бизнес-плана предприятия.	2	
	Всего по теме:	4	
Промежуточная аттестация	Зачет		
Всего		36	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение

1. Учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

- Кабинет социально-экономических дисциплин

- Комплект учебной мебели (пюпитры 24 шт.), рабочее место преподавателя. Доска аудиторная. 48 посадочных мест. Технические средства: ПК (iC2D/2Gb/160/CD-RW/FDD/PCI-E 512Vb/SM 19 LCD) с выходом в интернет, ноутбук, переносное мультимедийное оборудование: мультимедийный проектор (Acer X 1240), экран для мультимедийного проектора (на штативе Spectra 1.8=1.8), акустическая система. Лицензионное программное обеспечение: Microsoft Office 2010 Professional Plus; Windows 7 Pro; антивирусное программное обеспечение Dr.Web. Дидактический материал, комплект учебно-методической документации.

2. Помещение для самостоятельной работы – Библиотека, читальный зал с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет". Комплект мебели (стол компьютерный 3 шт., стол ученический 15 шт., стулья 33 шт., шкаф книжный 3 шт., стеллажи). 33 посадочных места. 3 ПК (процессор Intel Core i3-2100 3,1 ГГц, оперативная память 4 Гб, жесткий диск 1 Тб, монитор 22", 2013 г. – 3 шт) с выходом в Internet, лицензионным программным обеспечением. Свободный доступ к специализированной справочной и учебной литературе, периодическим изданиям, ресурсам электронной библиотеки ИРНИТУ и ЭБС. Лицензионное программное обеспечение: Microsoft Office 2010 Professional Plus; Windows 7 Pro; антивирусное программное обеспечение Dr.Web.

3. Помещение для самостоятельной работы - Комплект мебели (стол ученический 16 шт., стол компьютерный 20 шт., стулья 52 шт.). 52 посадочных места, 20 ПК (процессор Intel Core 2 Duo E4500 2,2 ГГц, оперативная память 2 Гб, жесткий диск 160 Гб, монитор 19", 2007 г. – 19 шт.; процессор Intel Pentium E2160 1,8 ГГц, оперативная память 2 Гб, монитор 19", 2007 г. – 1 шт.), с выходом в Internet, с лицензионным программным обеспечением, свободный доступ к специализированной и учебной литературе, периодическим изданиям, ресурсам электронной библиотеки ИРНИТУ и ЭБС. Принтер лазерный HP 1100. Лицензионное программное обеспечение: Microsoft Office 2010 Professional Plus; Windows 7 Pro; антивирусное программное обеспечение Dr.Web.

4. Помещение для организации воспитательной работы – Кабинет студенческих инициатив, учебная аудитория с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет".

Специализированная мебель и системы хранения: основное оборудование: комплект мебели (стол ученический 12 шт., скамья ученическая 12 шт.) 24 посадочных места, стол преподавателя, стул преподавателя. Дополнительное оборудование: книжный шкаф.

Технические средства: основное оборудование: компьютер преподавателя с периферией (лицензионное программное обеспечение (ПО), образовательный контент и система защиты от вредоносной информации) ПК (процессор Intel Core i3-4170 3.7 ГГц, оперативная память 6 Гб, жесткий диск 500 Гб, монитор 22", 2014 г. 2020 г.), компьютер обучающегося с периферией (лицензионное программное обеспечение (ПО), образовательный контент и система защиты от вредоносной информации) с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации ПК (процессор Intel Core i3-2100 3,1 ГГц, оперативная память 4 Гб, жесткий диск 1 Тб, монитор 22", 2013 г. – 3 шт.). Свободный доступ к специализированной и справочной литературе, периодическим изданиям, ресурсам электронной библиотеки ИРНИТУ и ЭБС. Лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Office 2010 Professional Plus; Windows 7 Pro; антивирусное программное обеспечение Dr.Web.

3.2 Информационное обеспечение

Перечень основной и дополнительной литературы, электронных ресурсов:

Основная литература:

Голубева Т. М. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / Т.М. Голубева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Форум : Инфра-М, 2022. – 256 с. URL: <https://znanium.com/read?id=400268>

Карпова С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Юрайт, 2024. – 383 с. URL: <https://urait.ru/bcode/536713>

Кузьмина Е. Е. Предпринимательская деятельность : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2024. – 469 с. URL: <https://urait.ru/bcode/538683>

Дополнительная литература:

Основы маркетинга. Практический курс : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд. – Москва : Юрайт, 2024. – 221 с. URL: <https://urait.ru/bcode/534190>

Чеберко Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Чеберко. – 2-е изд. – Москва : Юрайт, 2025. – 458 с. URL: <https://urait.ru/bcode/565781>

Маркетинг МБА. Маркетинговое управление предприятием : журнал. – Москва : Грин молл URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=33439>

Электронные ресурсы

Российские электронные ресурсы и базы данных

Электронная библиотека ИРНИТУ: <http://elib.istu.edu/>

Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com/>

ЭБС Юрайт: <https://urait.ru/>

Научные электронные журналы на платформе eLIBRARY.RU: <http://elibrary.ru/>

ЭБС PROОбразование: www.profspo.ru/

ЭБС Znanium.com: <http://znanium.com/>

Зарубежные электронные научные журналы и базы данных

Springer Nature Experiments (ранее Springer Protocols): <https://experiments.springernature.com/>

Wiley Online Library: <http://onlinelibrary.wiley.com/>

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины предусматривает следующие формы, методы и критерии оценки:

Коды компетенций, личностных результатов* (ОК, ПК, ЛР)	Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
	Знания		
ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07	З 1: нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; З 2: принципы и функции маркетинга; З 3: сущность стратегического планирования в маркетинге; З 4: факторы маркетинговой среды; З 5: модели покупательского поведения; З 6: комплекс маркетинга (товарная политика, ценовая политика, политика товародвижения, коммуникационная политика).	- демонстрирует знания Нормативных документов в предпринимательской деятельности; - знает принципы, функции и факторы внешней и внутренней среды маркетинга; - оперирует основными видами маркетинга; - ориентируется во всех составляющих комплекса маркетинга.	- оценка за проверочную работу. - практические занятия. Зачет.
	Умения		
ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07	У 1: использовать основные понятия маркетинга и предпринимательства в практической деятельности; У 2: разрабатывать бизнес-план; У 3: проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые	- способен использовать основные понятия маркетинга и предпринимательства для решения ситуационных задач. - владеет навыками составления бизнес-плана. - способен составить письменную анкету для проведения маркетингового исследования.	- оценка за проверочную работу. - практические занятия. Зачет.

	решения; У 4: определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга; У 5: изучать и анализировать факторы маркетинговой среды.		
--	---	--	--