

**МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Нижегородский государственный педагогический университет  
имени Козьмы Минина»

**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета  
Протокол № 5  
от «14» января 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОПЦ.12 – «Маркетинг»**

Специальность	38.02.03 Операционная деятельность в логистике
Квалификация выпускника	Операционный логист
Форма обучения:	очная

Нижегород  
2025

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе:

1. Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.03 «Операционная деятельность в логистике» утвержденного «21» апреля 2022 г., регистрационный номер № 257.
2. Учебного плана ППССЗ по специальности 38.02.03 «Операционная деятельность в логистике», утвержденного Ученым советом НГПУ им. К. Минина «14» января 2025 г., протокол № 5.

**Разработчик:**

к.т.н., доцент кафедры «Инновационные технологии менеджмента» Булганина С.В.

**Эксперт(ы):** Директор ООО «Метизкомплект» Овчинников С.М.

Программа одобрена на заседании кафедры инновационных технологий менеджмента протокол № 1 от 28.08.2024 года.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины	стр. 4
2. Структура и содержание рабочей программы учебной дисциплины	5
3. Условия реализации рабочей программы учебной дисциплины	11
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	12
Приложение 1. Фонд оценочных средств	

## 1. Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины Маркетинг

### 1.1 Место дисциплины в структуре ППССЗ

Дисциплина «Маркетинг» относится к общепрофессиональным дисциплинам профессионального учебного цикла ППССЗ.

Для ее изучения студентам необходимы знания по дисциплине «Экономика организации», «Основы предпринимательской деятельности».

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

**Цель:** формирование теоретических знаний и практических в области маркетинга транспортно-логистического рынка.

Достижению поставленной цели способствует решение следующих **задач**:

- изучение фундаментальных теоретических знаний в области маркетинга;
- приобретение навыков работы с со статистическим и фактическим материалом, отражающим маркетинговую деятельность транспортно-логистических организаций;

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

- применять методы маркетинга для решения профессиональных задач;
- - проводить маркетинговые исследования рынка логистических услуг и выявлять потребности клиентуры
- проводить анализ маркетинговой деятельности транспортно-логистических организаций,

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

- основные понятия маркетинговой деятельности;
- структуру комплекса маркетинга организаций;
- принципы сегментации и позиционирования на рынке логистических услуг .

**Полученные знания и умения направлены на формирование общих и профессиональных компетенций.**

ОК-02: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

## 2. Структура и содержание рабочей программы учебной дисциплины

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

Вид учебной работы	Объем часов	В т.ч. на практическую подготовку
Максимальная учебная нагрузка (всего)	44	-
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	36	-

в том числе:		-
лекционные занятия	12	-
практические занятия	24	-
лабораторные работы	-	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>6</b>	-
<b>Форма промежуточной аттестации - зачет</b>	<b>2</b>	-

## 2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)		Объем часов	в т.ч. на практическую подготовку	Код компетенции
1	2		3	4	5
<b>Раздел 1.</b>	<b>Маркетинг и маркетинговые исследования рынка</b>		<b>19</b>		
<b>Тема 1.1.</b> <b>Основные понятия маркетинга</b>	Содержание учебного материала		2	-	OK-02
	1	Основные понятия маркетинга. Виды маркетинга. Принципы маркетинговой деятельности. Концепции маркетинга			
	Лабораторные работы		-	-	
	Практические занятия: Тест по основным понятиям маркетинговой деятельности		2	-	
	Контрольные работы		-	-	
	Самостоятельная работа обучающихся. Рассмотреть концепции маркетинговой деятельности транспортно-логистических организаций		1	-	
<b>Тема 1.2.</b> <b>Маркетинговые исследования рынка</b>	Содержание учебного материала.			-	OK-02
	1	Маркетинговые исследования рынка. Информационное обеспечение исследования рынка. Методы маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетинговых исследований транспортно-логистических организаций. Интерпретация результатов	2		
	Лабораторные работы		-	-	
	Практические занятия: Разработка и проведения маркетинговых исследований транспортно-логистических организаций		4	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: Рассмотреть виды маркетинга в зависимости от спроса		1	-	
<b>Тема 1.3</b> <b>Сегментация и позиционирование</b>	Содержание учебного материала.			-	OK-02
	1	Сегментация и позиционирование. Критерии сегментации. Карта позиционирования, принципы построения	2		

	Лабораторные работы		-	-	
	Практические занятия: Построить карту позиционирования транспортно-логистических организаций. Провести сегментацию рынка логистических услуг.		4	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: Рассмотреть принципы сегментации и позиционирования на рынке логистических услуг.		1	-	
Раздел 2.	Анализ комплекса маркетинга организаций и стратегическое планирование		25		
Тема 2.1. Комплекс маркетинга «4Р»	Содержание учебного материала		4	-	OK-02
	1	Комплекс маркетинга «4Р»: товарная, ценовая, сбытовая и коммуникационная политика.		-	
	Лабораторные работы		-	-	
	Практические занятия: Анализ комплекс маркетинга транспортно-логистических организаций		12	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: Рассмотреть варианты совершенствования элементов комплекса маркетинга.		2	-	
Тема 2.2. Стратегии маркетинга	Содержание учебного материала			-	OK-02
	1	Стратегии маркетинга. Принципы стратегического анализа. SWOT-анализ. Матрица БКГ. Модель 5 сил Портера	2		
	Лабораторные работы		-	-	
	Практические занятия: Тест по методам моделирования логистических систем		2	-	
	Контрольные работы		-	-	
	Самостоятельная работа обучающихся: Рассмотреть SWOT-анализ деятельности транспортно-логистических организаций.		1	-	
Промежуточная аттестация в форме зачета			2		OK-02
Всего:			44		

### 3. Условия реализации рабочей программы учебной дисциплины

#### 3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Учебная аудитория, оснащенная оборудованием, техническими средствами обучения для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля, промежуточной аттестации.

Оборудование учебного кабинета: Интерактивный дисплей, Ноутбук, Учебная мебель.

Помещения для организации самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

#### 3.2 Информационное обеспечение обучения

##### *Основная литература*

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538368>.
2. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16682-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536713>.
3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19915-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557325>.
4. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541073>.
5. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535399>.

##### *Дополнительная литература*

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева [и др.] ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2022. — 434 с. : ил., схем. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710033>. — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-05009-1. — Текст : электронный.
2. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва :



Издательство Юрайт, 2024. — 307 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16625-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536806>.

3. 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: Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18046-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534190>.

4. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21025-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559177>.

5. Управление маркетингом: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 246 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19104-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555947>.

#### Интернет-ресурсы:

- |  |   |
|--|---|
| 1. <a href="http://www.biblioclub.ru">www.biblioclub.ru</a>        | ЭБС «Университетская библиотека онлайн»       |
| 2. <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>            | БД научной периодики на платформе eLIBRARY.RU |
| 3. <a href="https://biblio-online.ru">https://biblio-online.ru</a> | ЭБС «Юрайт»                                   |
| 4. <a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a>       | ЭБС «Лань»                                    |
| 5. <a href="http://eivis.ru">http://eivis.ru</a>                   | УБД «ИВИС»                                    |

## 4 Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

**Контроль и оценка** результатов освоения учебной дисциплины осуществляются преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения практических работ, ситуационных задач.

Наименование компетенций	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК-02: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Знать: демонстрирует системные знания по маркетинговой деятельности и стратегического анализа для выполнения задач профессиональной деятельности ;	Выполнение практических работ; ситуационных задач; тестирование.
	Уметь: демонстрировать высокое умение осуществлять сбор, интерпретацию информации при проведении маркетинговых	

	исследований рынка логистических услуг .	
--	---	--

Фонд оценочных средств представлен в Приложении 1 к рабочей программе учебной дисциплины.