

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций
Российской Федерации
ордена Трудового Красного Знамени федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Московский технический университет связи и информатики»
Волго-Вятский филиал

УТВЕРЖДЕНА
на заседании кафедры
естественнонаучных
и гуманитарных дисциплин
28 августа 2025 года, протокол № 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.13. Маркетинг
для специальности
11.02.18 Системы радиосвязи, мобильной связи и телерадиовещания
(очная форма обучения)

Нижний Новгород
2025

УТВЕРЖДЕНА
на заседании кафедры
естественнонаучных и гуманитарных
дисциплин

Протокол №1
от 28 августа 2025 года

Заведующий кафедрой ЕНиГД
 В.А. Оринчук

Разработано на основе Федерального
государственного образовательного стандарта по
специальности среднего профессионального
образования

**11.02.18 - Системы радиосвязи, мобильной
связи и телерадиовещания**, утверждённого
приказом Министерства просвещения РФ от 11
ноября 2022 г. № 963.

Организация-разработчик:
ВВФ МТУСИ, г. Нижний Новгород

Разработчик:
Преподаватель ВВФ МТУСИ: *Самохвалова Е.Б.*

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы учебной дисциплины

Программа учебной дисциплины ОП.13 Маркетинг является частью цикла общепрофессионального цикла программы подготовки специалистов среднего звена технологического профиля профессионального образования по специальности 11.02.18 Системы радиосвязи, мобильной связи и телерадиовещания.

1.2. Место учебной дисциплины структуре ППССЗ

Учебная дисциплины ОП.13 Маркетинг является частью общепрофессионального цикла в соответствии с *технологическим* профилем профессионального образования.

Уровень освоения учебной дисциплины в соответствии с ФГОС среднего общего образования - базовый.

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.13 Маркетинг имеет межпредметную связь с общеобразовательными учебными дисциплинами Изучение учебного предмета ОП.13 Маркетинг завершается промежуточной аттестацией в форме *дифференцированного зачета* в 6 семестре в рамках освоения ППССЗ на базе основного общего образования.

1.3 Цели и задачи учебного предмета – требования к результатам освоения дисциплины:

Рабочая программа ориентирована на получение **следующих знаний и умений:**

Умения

- 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

Знания

- 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.

Освоение содержания учебного предмета ОП.13 Маркетинг обеспечивает освоение студентами следующих общих компетенций:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для

выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК. 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей..

ОК.07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК.09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК.10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.

1.3. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины ОП.13 Маркетинг

Максимальная учебная нагрузка - 40 часов, в том числе:

Обязательная аудиторная нагрузка – 40 часов, в том числе

теоретических занятий – 32 часов, практические занятия 8 часов

Самостоятельная работа - 0

Промежуточная аттестация по предмету проводится в форме итоговой оценки

2 Содержание учебной дисциплины ОП.13 Маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа учащихся	Объем в часах	Осваиваемые элементы компетенций
Раздел 1. Сущность и принципы маркетинга	Содержание учебного материала	7	ОК.01 ОК.02 ОК.03 ОК.04 ОК.05 ОК.06 ОК.07 ОК.09 ОК.10
	Тема 1.Современный рынок и понятие рынка в теории маркетинга. Сферы применения маркетинга	2	
	Тема 2. Концепции маркетинга и их особенности.	2	
	Тема 3. Сущность, цели, принципы, задачи и функции маркетинга	2	
	Практическое занятие №1. Выполнение практического задания по разделу 1.	1	
Раздел 2. Сегментация современного рынка	Содержание учебного материала	7	
	Тема 4. Структура и факторы маркетинговой среды.	2	
	Тема 5. Сегментация рынка и позиционирование продукта.	4	
	Практическая занятие №2. Выполнение практического задания по разделу 2.	1	
Раздел 3. Стратегия и тактика современного маркетинга	Содержание учебного материала	5	
	Тема 6. Стратегии маркетинга и направления их реализации.	2	
	Тема 7. Тактика и комплекс маркетинга.	2	
	Практическая занятие №3. Выполнение практического задания по разделу 3.	1	
Раздел 4. Маркетинговое планирование	Содержание учебного материала	5	ОК.01 ОК.02 ОК.03 ОК.04 ОК.05 ОК.06 ОК.07 ОК.09 ОК.10
	Тема 8. Маркетинговое планирование и план маркетинга.	4	
	Практическое занятие №4. Выполнение практического задания по разделу 4.	1	
Раздел 5. Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала	9	
	Тема 9. Маркетинговые исследования.	4	
	Тема 10.Информационное обеспечение маркетинга.	4	
	Практическое занятие №5. Выполнение практического задания по разделу 5.	1	
Раздел 6. Организация и управление маркетингом	Содержание учебного материала	7	
	Тема 11. Организация и управление маркетингом.	2	
	Практическое занятие № 6. Выполнение практического задания по разделу 6.	1	
	Тема 12. Маркетинг и общество	2	
	Практическое занятие № 7. Выполнение практического задания по разделу 7.	2	
Промежуточная аттестация: итоговая оценка			
Во взаимодействии с преподавателем		40	
Лекции		32	
Практические занятия		8	
Общий объем учебной нагрузки		40	

2.1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.13 Маркетинг

Наименование разделов и тем	Количество часов на освоение учебного материала	Из них:		
		Теория	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента	7	6	1	-
Раздел 2. Сегментация современного рынка	7	6	1	-
Раздел 3. Стратегия и тактика современного маркетинга	5	4	1	-
Раздел 4. Маркетинговое планирование	5	4	1	-
Раздел 5. Маркетинговые исследования	9	8	1	-
Раздел 6. Организация и управление маркетингом	7	4	3	
Итоговая оценка				
Всего:	40	32	8	-

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

406. Кабинет «Менеджмента в профессиональной деятельности», имеющий следующее оснащение:

- Рабочее место преподавателя: - стол – 1 шт., стул 1-шт.,
- Стол ученический – 20 шт.,
- Стулья ученические – 40 шт.
- Экран-1шт.
- Проектор NEC -1 шт.
- Классная доска-1шт.
- Учебно-методическая документация

301. Кабинет для самостоятельной работы (библиотека, зал читальный), имеющий следующее оснащение:

- столы и стулья (по числу обучающихся),
- персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением (4 шт.) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченные доступом в электронную информационно-образовательную.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

3.2.1. Основная литература:

1. Драчева Е.Л. Менеджмент: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования/Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов. - 18-е изд., стер. - Москва: Издательский центр "Академия", 2021 - 304 с.

3.2.2. Дополнительная литература:

1. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» / Пичурин И.И., Обухов О.В., Эриашвили Н.Д.— Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 383 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8110>. — ЭБС «IPRbooks»
2. Цахаев, Р.К. Маркетинг: Учебник. [Электронный ресурс] / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. — Электрон. дан. — М.: Дашков и К, 2013. — 552 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/5630> — ЭБС «Лань»
3. Егорова, М.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г.— Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2012. — 159 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6297>. — ЭБС «IPRbooks»

3.2.3 Интернет ресурсы

- 1) <http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»;
- 2) <http://school-collection.edu.ru/> - Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов;
- 3) <http://fcior.edu.ru/> - Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов;
- 4) <http://lib.mtu.ru/libdocs/> - Электронный Каталог библиотеки МТУСИ;
- 5) <https://www.rsl.ru/> - Российская государственная библиотека (РГБ);
- 6) <http://nlr.ru/> - Российская национальная библиотека (РНБ);
- 7) <http://www.gpntb.ru/> - Государственная публичная научно-техническая библиотека (ГПНТБ);
- 8) <https://www.iprbookshop.ru/> - электронная библиотечная система IPRBooks;
- 9) <https://profspo.ru/> - комплексный электронный образовательный ресурс ПРОФОБРАЗОВАНИЕ;
- 10) <https://catalog.prosv.ru/category/14> и <https://media.prosv.ru/> - Свободный доступ к методической литературе и информационным материалам для подготовки к дистанционным урокам;
- 11) <https://urait.ru/> - Образовательная платформа «Юрайт».

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, собеседования, выполнения студентами упражнений.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>«Отлично» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко.</p> <p>«Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.</p> <p>«Удовлетворительно» -</p>	<p>Компьютерное тестирование на знание терминологии по теме. Тестирование. Контрольная работа. Самостоятельная работа. Защита реферата. Выполнение проекта. Наблюдение за выполнением практического задания (деятельностью студента). Оценка выполнения практического задания (работы). Подготовка и</p>

<p>посредников;</p> <ul style="list-style-type: none"> - ценовые стратегии и методы ценообразования; цели и средства маркетинговой коммуникации; - основы рекламной деятельности. <p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<p>теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки.</p> <p>«Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые умения не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.</p>	<p>выступление с докладом, сообщением, презентацией.</p> <p>Решение ситуационной задачи.</p> <p>Промежуточная аттестация: итоговая оценка</p>
--	--	--

4.2. Показатели оценки общих компетенций

Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>результативность</i> проявления познавательного интереса и активной учебной позиции в ходе овладения профессиональными умениями и навыками, участие в олимпиадах, конкурсах, выставках, конференциях и др.; - <i>обоснованность, адекватность и рациональность</i> выбора способа демонстрации собственного профессионального интереса в ходе учебной деятельности; - <i>полнота, оригинальность и аргументированность</i> представления собственных достижений;
ОК 2. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>рациональность</i> планирования и организации собственной деятельности; - <i>оптимальность</i> выбранных методов и способов решения профессиональных задач; - <i>точность, правильность и полнота</i> выполнения профессиональных задач; - <i>адекватность и объективность</i> самооценки эффективности решения профессиональных задач; - <i>обоснованность</i> принятых решений и др.;
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>быстрота</i> принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях; - <i>рациональность</i> принятых решений, их <i>адекватность</i> сложившейся ситуации; - <i>аргументированность и обоснованность</i> принятых решений и др.;
ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	<ul style="list-style-type: none"> - <i>оперативность и результативность</i> поиска необходимой информации для эффективного решения профессиональных задач; - <i>рациональность</i> использования различных источников информации, включая электронные, для профессионального и личностного развития; - <i>полнота и актуальность</i> найденной информации, ее эффективное использование для выполнения профессиональных задач;

<p>ОК. 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>эффективность</i> установления позитивного стиля общения в коллективе, <i>полнота</i> владения диалоговыми формами общения; - <i>адекватность и эффективность</i> использования различных приемов и методов психологии делового общения в работе с коллегами, руководством, клиентами, потребителями; - <i>своевременность и объективность</i> самоанализа собственного стиля общения, <i>адекватность</i> коррекции установленных взаимоотношений в коллективе с учетом корпоративной этики;
<p>ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционны.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>своевременность и полнота</i> выполнения работы; - <i>оптимальность</i> распределения обязанностей при выполнении работы в команде; - <i>соблюдение</i> установленных требований при выполнении задания; - <i>инициативность</i> в работе; - <i>адекватность</i> оценки ситуации, внесение корректирующих действий и др.;
<p>ОК.07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>объективность</i> самоанализа уровня личностного развития и профессиональной подготовки; - <i>рациональность</i> планирования личностного развития и повышения уровня профессиональной компетентности; - <i>результативность</i> участия в профессиональных конкурсах, тренингах личностного развития; - <i>своевременность</i> внесения изменений в процесс личностного развития; - <i>достижение</i> поставленных целей и др.;
<p>ОК.09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>техничность</i> и <i>точность</i> работы на ПК, в том числе с использованием ИВТ; - <i>оперативность, полнота и рациональность</i> использования возможностей ИКТ в выполнении профессиональных задач;
<p>ОК.10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>полнота и результативность</i> систематического анализа инноваций в профессиональной сфере; - <i>своевременность</i> использование актуальных изменений профессиональных технологий в практической деятельности и др.;