

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
«Школа № 85» городского округа Самара

«РАССМОТРЕНА»  
на заседании МО  
учителей *Басалова  
Халимова, Раженова  
Обле, Мухомова,  
Соро, Фунт. Кудрявцев*  
28/

Протокол №1 от 28 2020 г.

«ПРОВЕРЕНО»  
Заместитель директора  
по УВР

*Мидур*  
Абубеярова М.Ю.

28.08. 2020 г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор МБОУ Школы  
№85 г.о. Самара

*Бубнова*  
Бубнова О.В.  
Школа № 85  
г.о. Самара

Приказ № 43  
М.п.

31.08 2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
по курсу предпрофильной подготовки  
«Основы маркетинга»

Классы:9

Составитель: Алексеева Г.Д.

# Программа курса «Основы маркетинга».

## Пояснительная записка.

Настоящая программа предпрофильной подготовки предназначена для организации общения по элективной дисциплине «Основы маркетинга» учащихся 9 классов.

Целью курса «Основы маркетинга»: является ознакомление учащихся с целями и задачами маркетинга и особенностями его применениями для предприятий пищевой промышленности, организаций торговли и отдельных людей.

Данная программа предлагает обучение в объеме 17 часов (1 час в неделю в течение одного полугодия)

При изучении курса наряду с традиционными формами проведения уроков обязательным является широкое использование активных форм обучения (мозговой штурм, работа в малых группах, дискуссии, презентация проектов, деловые игры). Для решения познавательных и информационно-коммуникативных задач процесса обучения, программа элективного курса предусматривает использование различных источников информации, включая словари, справочники, Интернет-ресурсы.

Программа содержит тематический план, требования к уровню подготовки учащихся.

## ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН.

Название темы	Кол-во часов
Введение в маркетинг: роль маркетинга в системе управления.	1
Анализ маркетинговой среды	1
Поведение потребителей на рынке	2
Сегментирование рынка	1
Позиционирование рыночного предложения товара	2
Проведение маркетингового исследования	3
Товарная политика	1
Политика ценообразования	1
Распространение товаров	2
Продвижение товаров.	3
Всего:	17

## ПРОГРАММА.

1. Введение в маркетинг: роль маркетинга в системе управления. 1 час. Возникновение и эволюция теории и практики маркетинга. Развитие отечественного маркетинга. Основные понятия маркетинга. Бизнес – концепция.



2. Анализ маркетинговой среды – 1 час.  
Факторы микросреды функционирования предприятия. Факторы макросреды функционирования предприятия.
3. Поведение потребителей на рынке – 2 часа.  
Модель потребительского поведения. Факторы, влияющие на потребительское поведение. Процесс принятия потребителем решения о покупке. Рынок предприятий и поведение на нем потребителей.
4. Сегментирование рынка 1 час.  
Понятие о сегментировании рынка. Критерии сегментирования потребительского рынка и рынка предприятий. Требования, предъявляемые к сегментам. Выбор целевых сегментов рынка.
5. Позиционирование рыночного предложения товара- 2 часа.  
Дифференцированное предложение товара. Стратегии и этапы позиционирования предложения товара.
6. Проведение маркетингового исследования- 3 часа.  
Роль информации в маркетинге. Виды маркетинговой информации. Цели и задачи маркетингового исследования. Этапы проведения маркетингового исследования.
7. Товарная политика – 1 час.  
Различные классификации товаров. Жизненный цикл товара. Стратегии разработки новых товаров. Конкурентноспособность товара. Торговые марки, упаковка и сервис. Формирование ассортиментной политики.
8. Политика ценообразования – 1 час.  
Факторы, влияющие на ценообразование. Государственное регулирование цен. Цели и методы ценообразования.
9. Распространение товаров – 2 часа.  
Каналы распространения товаров. Организация товародвижения. Оптовая и розничная торговля. Новые, прогрессивные формы торговли.
10. Продвижение товаров – 3 часа.  
Этапы разработки эффективного продвижения товаров. Разработка бюджета продвижения и отбор элементов комплекса продвижения. Реклама, связи с общественностью, мероприятия по стимулированию сбыта. Персональная продажа.

Список литературы.

1. В.А.Абчук. 250 занимательных задач по менеджменту и маркетингу. М: Экономика, 2000
  2. И.В. Кушина, Н.А. Кушин. Домашняя экономика. Тула: Приокское книжное издательство, 1991
  3. И.В. Липсиц. Введение в экономику и бизнес, М:дело, 1998г
  4. М.И.Никифорова. Домоводство. М: колос, 1998г.
-