

Приложение 20
к ООП ППКРС по профессии СПО
09.01.03 Мастер по обработке цифровой информации

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.08 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Программа рассмотрена
на заседании ПЦК профессионального цикла
протокол № 1 от 31. 08. 2022г.
Председатель ПЦК _____ Г.Ф. Ямаева

Программа учебной дисциплины ОП.08 «Основы маркетинга» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по профессии **230103.02 Мастер по обработке цифровой информации**, утвержденного Министерством образования и науки РФ 02.08.2013г №854 (в редакции Приказа Минобрнауки России от 09.04.2015 №391).

Организация-разработчик: ГБПОУ Октябрьский многопрофильный профессиональный колледж, Республика Башкортостан

Разработчик:

Ильина М.В., преподаватель _____
подпись

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ *ОП.08 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА*

1.1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы маркетинга» является по запросу работодателей вариативной частью общепрофессионального цикла программы подготовки квалифицированных рабочих, служащих в соответствии с ФГОС по профессиям СПО, входящим в состав укрупненной группы профессий 09.00.00. Информатика и вычислительная техника, 09.01.03. Мастер по обработке цифровой информации.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК, ЛР	Умения	Знания
ОК1-7 ПК1.1-1.6 ПК2.1-2.4 ЛР13-24	-определять проблемы и формулировать цели маркетинговой деятельности, организовать маркетинговую деятельность на предприятии; -определять количественные и качественные характеристики товаров и услуг; -формировать цену на продукцию, услуги; -разрабатывать элементы товарной марки; -разрабатывать элементы рекламы	-суть маркетинговой деятельности предприятия в рыночных условиях; -стратегию маркетинга; -роль повышения качества продукции в обеспечении конкурентоспособности фирмы -механизмы разработки товаров, ценообразования, продвижения товаров и их распределения

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Количество часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	54
в т.ч.:	
теоретическое обучение	16
практические занятия	18
Самостоятельная работа	18
Промежуточная аттестация	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины
ОП.08 «Основы маркетинга»

<i>Наименование разделов и тем</i>	<i>Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся</i>	<i>Объем часов</i>	<i>Код компетенций личностных результатов реализации программы воспитания</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
<i>Тема 1. Понятие маркетинга.</i>	Содержание учебного материала	4	ОК1-7 ПК1.1-1.6 ПК2.1-2.4 ЛР13-24
	<i>1. Основные определения маркетинга.</i>	2	
	в том числе практические занятия: <i>1. Изучение характеристик, моделей и классификацию рынков.</i>	2	
	Самостоятельная работа: <i>написание докладов на темы: История маркетинга. История Развития маркетинга в России. Значение маркетинга в современном мире.</i>	2	
<i>Тема 2. Сегментация рынка.</i>	Содержание учебного материала	4	ОК1-7 ПК1.1-1.6 ПК2.1-2.4 ЛР13-24
	<i>1. Понятие, критерии, признаки сегментации рынка</i>	2	
	в том числе практические занятия: <i>1. Выбор целевого сегмента, поиски ниши</i>	2	
	Самостоятельная работа: <i>систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы по теме 2</i>	2	
<i>Тема 3. Маркетинговая среда.</i>	Содержание учебного материала	2	ОК1-7 ПК1.1-1.6 ПК2.1-2.4 ЛР13-24
	<i>1. Понятие среды маркетинга</i>	1	

	в том числе практические занятия: 1. Изучение факторов микро- и макросреды	1	
	Самостоятельная работа: систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы по теме 3	1	
Тема 4. Товарная политика	Содержание учебного материала	10	ОК1-7 ПК1.1-1.6 ПК2.1-2.4 ЛР13-24
	1. Понятие и классификация товаров.	2	
	2. Создание новых товаров.	3	
	в том числе практические занятия:	5	
	1. Изучение жизненного цикла товара.	2	
	2. Изучение рыночной атрибутики товара.	2	
5. Ценовая политика	3. Разработка элементов товарной марки.	1	ОК1-7 ПК1.1-1.6 ПК2.1-2.4 ЛР13-24
	Самостоятельная работа: выполнение презентаций по темам: Товарная марка. Марочное имя. Марочный знак. Товарный знак. Упаковка.	5	
	Содержание учебного материала	8	
	1. Цена товара	2	
	2. Методы формирования цены	2	
	в том числе практические занятия:	4	
	1. Изучение видов цен.	2	
	2. Расчет цены.	2	
	Самостоятельная работа: систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы по теме 5	4	
	Содержание учебного материала	6	ОК1-7 ПК1.1-1.6 ПК2.1-2.4 ЛР13-24
6. Продвижение товара	1. Продвижение товара: виды и цели.	1	
	2. Личные продажи, мерчендайзинг, паблик рилейшнз	1	
	в том числе практические занятия:	4	
	1. Изучение рекламы в маркетинге.	2	
	2. Изучение стимулирование сбыта.	2	
	Самостоятельная работа: написание докладов на темы: Мерчендайзинг. Паблик рилейшнз. Личные продажи. Многоуровневый (сетевой) маркетинг.	4	
	Промежуточная аттестация	2	
	Всего	54	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет « *Основы маркетинга* », оснащенный оборудованием:

- посадочные места по количеству обучающихся;

- рабочее место преподавателя;

техническими средствами обучения:

- компьютеры с лицензионным программным обеспечением (6 шт) и мультимедиапроектор

-принтер

- доска меловая

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Основные электронные издания:

Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО «Профобразование»

Основные источники:

1.Н.П.Котерова Основы маркетинга- М.: «Академия»,2019

Дополнительные источники:

2.Основы маркетинга. Теория и практика: [учебное пособие] / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2018.

3.Прокшина, Т. П. Маркетинг: учебное пособие / Т. П. Прошкина. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2019.

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. <http://www.4p.ru/>- 4p маркетинг

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
Умения:	<i>Характеристики демонстрируемых знаний и умений, которые могут быть проверены:</i> - уровень освоения учебного материала; - умение использовать теоретические знания и практические умения при выполнении профессиональных задач	
<i>определять проблемы и формулировать цели маркетинговой деятельности, организовать маркетинговую деятельность на предприятии;</i>		<i>внеаудиторная самостоятельная работа</i>
<i>определять количественные и качественные характеристики товаров и услуг;</i>		<i>практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа</i>
<i>формировать цену на продукцию, услуги;</i>		<i>практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа</i>
<i>разрабатывать элементы товарной марки;</i>		<i>практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа</i>
<i>разрабатывать элементы рекламы;</i>		<i>практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа</i>
Знания:		
<i>суть маркетинговой деятельности предприятия в рыночных условиях</i>		<i>практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа</i>
<i>роль повышения качества продукции в обеспечении конкурентоспособности фирмы</i>		<i>внеаудиторная самостоятельная работа, практические занятия</i>
<i>механизмы разработки товаров, ценообразования, продвижения товаров и их распределения;</i>		<i>практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа</i>