

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.06 19.02.10	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение</i> <i>№ _____</i>	Лист 1 из 12 Экз. контрольный

УТВЕРЖДАЮ
 зам. директора по У и НМР
 О.А. Евтехова
 02.09.2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.06 Основы маркетинга

программы подготовки специалистов среднего звена
 по специальности

19.02.10 Технология продукции общественного питания,
(углубленная подготовка)
 на базе основного общего образования
 очная форма обучения

2016 г.

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.06 19.02.10	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение № _____</i>	Лист 2 из 12 Экз. контрольный

Лист согласования

Организация - разработчик:

Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области
«Донской политехнический колледж»

Разработчики:

Чернышова Екатерина Александровна, преподаватель ГПОУ ТО «ДПК»

СОГЛАСОВАНО

на заседании предметной (цикловой) комиссии
дисциплин профессионального цикла отделений «Сфера обслуживания», «Общественное питание и технологии обслуживания»

Протокол № 1
от 31.08.2016 г.

Председатель ПЦК: Есина Г.И.

Эксперт:

Методист ГПОУ ТО «ДПК» Шаталова Е.Н.

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.06 19.02.10	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение</i> <i>№ _____</i>	Лист 3 из 12 Экз. контрольный

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.06 19.02.10	Редакция № 1 Изменение № ____	Лист 4 из 12 Экз. контрольный

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Основы маркетинга

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО **19.02.10 Технология продукции общественного питания, углубленная подготовка (очная форма обучения)**, входящей в состав укрупненной группы специальностей 19.00.00 **ПРОМЫШЛЕННАЯ ЭКОЛОГИЯ И BIOTEХНОЛОГИИ**.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина «Основы маркетинга» относится к общепрофессиональному циклу специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания, углубленная подготовка (очная форма обучения).

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

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

- проводить анализ факторов, влияющих на работу фирмы;
- определять емкости и доли рынка, принадлежащей фирме;
- осуществлять выбор посредников в продвижении товара;
- использовать экономическую и нормативную документацию в профессиональной деятельности.

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

- закономерности функционирования рыночных механизмов на макро- и микроуровнях;
- принципы маркетинга;
- товарную, ценовую и сбытовую политику организации;
- стратегию маркетинга.

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.06 19.02.10	Редакция № 1 Изменение № ____	Лист 5 из 12 Экз. контрольный

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 72 часа, в том числе:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 48 часов;
 самостоятельной работы обучающегося 24 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
в том числе:	
практические занятия	24
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	24
в том числе:	
- работа с конспектами, учебной и специальной экономической литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем);	8
- работа с нормативно-правовой документацией;	8
- выполнение творческих домашних заданий (тематические презентации);	4
- подготовка рефератов, докладов и сообщений по темам.	4
<i>Итоговая аттестация в форме:</i>	<i>дифференцированный зачет</i>

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.06 19.02.10	Редакция № 1 Изменение № ____	Лист 6 из 12 Экз. контрольный

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины: Основы маркетинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Основы современного маркетинга		36	
Тема 1.1. Маркетинг как экономическая категория	Содержание учебного материала	12	
	1 Понятие и сущность маркетинга: предмет, цели и задачи курса. Маркетинг как экономическая категория. Сущность, принципы и методы маркетинга. Основные концепции маркетинга и их развитие. Цели, задачи, объекты и субъекты маркетинга. Функции маркетинга. Сферы применения маркетинга. Средства и методы.		1
	2 Окружающая среда маркетинга: основные элементы микро- и макросреды организации. Система факторов, влияющих на рыночное поведение фирм. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды.		2
	3 Рынок и рыночные показатели: понятие рынка, его виды, принципы деятельности. Содержание основных рыночных показателей: емкость, конъюнктура рынка, доля рынка, контролируемая фирмой.		2
	4 Сегментирование рынка: понятие сегментирования рынка. Основные принципы и критерии. Выбор целевых сегментов рынка. Стратегия охвата рынка. Позиционирование товара.		2
	5 Маркетинговые исследования рынка: понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Система исследований: понятие, масштабы, объекты. Вторичная и первичная информация. Анкетирование.		2
	6 Покупательское поведение потребителей: модели покупательского поведения. Основные характеристики покупателей. Особенности поведения различных групп покупателей. Процесс принятия решения о покупке.		2
	Практические занятия Отработка основных маркетинговых понятий. Анализ факторов, влияющих на работу фирмы. Определение конъюнктуры рынка. Исследование и отбор целевых сегментов рынка. Составление анкеты, сопровождающей продажу конкретного товара. Оценка поведения различных групп покупателей.	12	
	Самостоятельная работа обучающихся Работа с конспектами, учебной и специальной экономической литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем).	12	



**Министерство образования Тульской области
Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области
«Донской политехнический колледж»**

Наименование документа: **Рабочая программа по учебной дисциплине**
Условное обозначение: **РП ОП.06 19.02.10**

Редакция № 1
Изменение № ____

Лист 7 из 12
Экз.
контрольный

	Работа с нормативно-правовой документацией. Подготовка рефератов, докладов и сообщений по темам.		
Раздел 2. Комплексная система маркетинга		36	
Тема 2.1. Товарная политика фирмы	Содержание учебного материала	12	
	1 Основы товарной политики и планирование продукции: понятие товара в маркетинге. Классификация товара. Товарная марка и упаковка. Жизненный цикл товара. Основные направления товарной политики. Этапы разработки нового товара. Пробный маркетинг. Проблемы сокращения сроков разработки товара. Маркетинг услуг. Особенности некоммерческого маркетинга.		1
	2. Конкуренция и конкуренты: понятие, виды конкуренции. Стратегии конкуренции. Конкурентоспособность товара и фирмы.		2
	3. Планирование товародвижения: основные методы распространения товара. Каналы распределения. Виды оптовых и розничных торговых организаций.		2
	4 Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, метод прямых продаж. Специфические приемы: торговые презентации, экспозиции, выставки, ярмарки. Понятие «Паблик рилейшнз». Реклама. Виды, правила, средства. Стимулирование сбыта: цели, задачи, средства. Пропаганда, ее качества. Метод прямых продаж, его задачи и свойства.		2
	5 Стратегическое маркетинговое планирование и контроль: маркетинговые стратегии. Виды маркетинговых стратегий: понятие, характерные черты. Основные направления анализа стратегий. Стратегический план маркетинга. Контроль маркетинговый. Маркетинговая часть бизнес-плана.		2
	Практические занятия Выбор товарной марки. Определение жизненного цикла товара. Разработка товарной марки Выбор посредников в продвижении товара. Разработка рекламы на отдельные виды товаров и услуг. Подготовка выставки по конкретному товару. Анализ подходов к стратегическому планированию. Разработка плана маркетинга. Разработка комплекса маркетинга для конкретного товара.	12	
	Самостоятельная работа обучающихся Работа с конспектами, учебной и специальной экономической литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем). Подготовка рефератов, докладов, сообщений по темам. Выполнение творческих домашних заданий по темам.	12	
	Всего:	72	

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.06 19.02.10	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение № ____</i>	Лист 8 из 12 Экз. контрольный

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.06 19.02.10	Редакция № 1 Изменение № ____	Лист 9 из 12 Экз. контрольный

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методических материалов.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением, имеющим выход в сеть Интернет;
- мультимедиа проектор;
- принтер;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. О защите прав потребителей , ФЗ-2 от 07.02.92 № 2300-1. Последняя редакция.- М: Юрайт-Издат, 2014.
2. "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара" от 23.09.15.
3. "Об информации, информатизации и защите информации", ФЗ-24 от 20.02.2015.
4. "О рекламе", ФЗ-108 от 18.07.95.
5. Алексунин В.А. Маркетинг. [Текст]:учебник/ - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015.
6. Мурахтанова Н.М. Маркетинг: сборник практических задач и ситуаций.- М.: Издательский центр «Академия», 2014.

Дополнительные источники:

1. Басовский Л.Е. Маркетинг: Учебное пособие – М.: Инфра-М., 2001.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. [Текст]:учебник/ – М.: Прогресс, 2001.
3. Уткин Э.А. Сборник ситуационных задач, деловых и психологических игр, тестов, контрольных заданий, вопросов для самопроверки по курсу «Маркетинг».-М.: Финансы и статистика, 2000.

Интернет-ресурсы:

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.06 19.02.10	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение № _____</i>	Лист 10 из 12 Экз. контрольный

1. Портал нормативно-технической документации [Электронный ресурс]. – URL:: <http://www.pntdoc.ru>– Загл. с экрана.
2. Экономический информационный портал. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.econportal.ru>– Загл. с экрана.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.06 19.02.10	Редакция № 1 Изменение № ____	Лист 11 из 12 Экз. контрольный

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь:	
- проводить анализ факторов, влияющих на работу фирмы;	Текущий контроль в форме: - оценка выполнения практических работ.
- определять емкости и доли рынка, принадлежащей фирме;	Текущий контроль в форме: - оценки выполнения практических работ.
- осуществлять выбор посредников в продвижении товара;	Текущий контроль в форме: - оценка выполнения практических работ.
- использовать экономическую и нормативную документацию в профессиональной деятельности.	Текущий контроль в форме: - оценки выполнения практических работ; - оценки выполнения творческих домашних заданий.
Знать:	
-закономерности функционирования рыночных механизмов на макро- и микроуровнях;	Текущий контроль в форме: - устного опроса; -оценки выполнения рефератов, докладов, сообщений; - оценки выполнения практических работ; -дифференцированного зачета.
- принципы маркетинга;	Текущий контроль в форме: -устного опроса; - оценки выполнения творческих домашних заданий; - оценки выполнения рефератов, докладов, сообщений; - оценка выполнения практических работ; -дифференцированного зачета.
- товарную, ценовую и сбытовую политику организации;	Текущий контроль в форме: - устного опроса; - оценки выполнения творческих домашних заданий; - оценки выполнения рефератов, докладов, сообщений; -дифференцированного зачета.
- стратегию маркетинга.	Текущий контроль в форме: - устного опроса; - оценки выполнения практических работ; - оценки выполнения творческих домашних заданий;

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.06 19.02.10	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение</i> <i>№ _____</i>	Лист 12 из 12 Экз. контрольный

	- оценки выполнения рефератов, докладов, сообщений; - дифференцированного зачета.
--	--