	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.09 23.02.01	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение №1</i>	Лист 1 из 11 Экз. контрольный

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по У и НМР

О.А. Евтехова

«04» 09. 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ


ОП.09 Основы маркетинга

программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности

23.02.01 Организация перевозок и управление на транспорте (по видам)

на базе основного общего образования
очная форма обучения

2019 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.09 23.02.01	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение №1</i>	Лист 2 из 11 Экз. контрольный

Лист согласования

Организация - разработчик:

Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»

Разработчик:

Евтехова Ольга Александровна, заместитель директора по У и НМР, преподаватель ГПОУ ТО «ДПК»

СОГЛАСОВАНО

на заседании предметной (цикловой) комиссии дисциплин профессионального цикла отделения «Транспортные средства»


Протокол № 1

от «04» 09. 2019 г.

Председатель ПЦК Е.С. Жуланова


Эксперт:

ГПОУ ТО «ДПК» зав. методическим кабинетом О.В. Ишутина

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.09 23.02.01	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение №1</i>	Лист 3 из 11 Экз. контрольный

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
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.09 23.02.01	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение №1</i>	Лист 4 из 11 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 СПО по специальности **23.02.01 Организация перевозок и управление на транспорте (по видам)**, входящей в состав укрупненной группы специальностей **23.00.00 Техника и технологии наземного транспорта**.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина «Основы маркетинга» относится к вариативной части профессионального цикла по специальности 23.02.01 Организация перевозок и управление на транспорте (по видам).

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.

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 54 часа, в том числе:


- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 18 часов.

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.09 23.02.01	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение №1</i>	Лист 5 из 11 Экз. контрольный

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	54
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	36
в том числе:	
практические занятия	26
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	18
в том числе:	
- работа с конспектами, учебной и специальной экономической литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем);	8
- работа с нормативно-правовой документацией;	2
- выполнение творческих домашних заданий (тематические презентации);	2
- подготовка рефератов, докладов и сообщений по темам.	6
<i>Промежуточная аттестация в форме: 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.09 23.02.01	Редакция № 1 Изменение №1	Лист 6 из 11 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		26	
Тема 1.1. Маркетинг как экономическая категория	Содержание учебного материала	4	
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	




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

Наименование документа: **Рабочая программа по учебной дисциплине**
Условное обозначение: РП ОП.09 23.02.01

Редакция № 1
Изменение №1

Лист 7 из 11
Экз. контрольный


	Самостоятельная работа обучающихся Работа с конспектами, учебной и специальной экономической литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем). Работа с нормативно-правовой документацией. Подготовка рефератов, докладов и сообщений по темам.	9	
Раздел 2. Комплексная система маркетинга		28	
Тема 2.1. Товарная политика фирмы	Содержание учебного материала	6	
	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.	14	

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.09 23.02.01	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение №1</i>	Лист 8 из 11 Экз. контрольный

	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.	9	
Всего:		54	

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.09 23.02.01	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение №1</i>	Лист 9 из 11 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. Барышев А.Ф. Маркетинг, М.: ИЦ «Академия», 2019
2. Ходош М.С. Организация транспортно-логистической деятельности на автомобильном транспорте, М.: ИЦ «Академия», 2019
3. Барышев А.Ф. Маркетинг, электронный учебник, М.: ИЦ «Академия», 2019

Дополнительные источники:

1. Белоусова Е.Н. Маркетинг: учебное пособие – Ростов н/Д.: феникс, 2012.
2. Карпова С.В. Основы маркетинга: учебное пособие – Ростов н/Д.: Феникс, 2011. (согласовано к использованию на заседании ПЦК).
3. Матюшенкова Н.Г. Маркетинг: учеб. Пособие для студ. Учреждений сред. Проф. Образования – М.: Издательский центр «Академия», 2012.

Интернет-ресурсы:

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.

	Министерство образования Тульской области Государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Донской политехнический колледж»		
	Наименование документа: Рабочая программа по учебной дисциплине Условное обозначение: РП ОП.09 23.02.01	<i>Редакция № 1</i> <i>Изменение №1</i>	Лист 10 из 11 Экз. контрольный

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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. Дифференцированный зачет.
- принципы маркетинга;	Текущий контроль в форме: -устного опроса; - оценки выполнения творческих домашних заданий; - оценки выполнения рефератов, докладов, сообщений; - оценка выполнения практических работ. Дифференцированный зачет.
- товарную, ценовую и сбытовую политику организации;	Текущий контроль в форме: - устного опроса; - оценки выполнения творческих домашних заданий; - оценки выполнения рефератов, докладов, сообщений. Дифференцированный зачет.
- 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.09 23.02.01

*Редакция № 1
Изменение
№1*

Лист 11 из 11
Экз.
контрольный

заданий;
- оценки выполнения рефератов, докладов,
сообщений.
Дифференцированный зачет.