

УТВЕРЖДЕНО
Директор АНО СПО

«Бирский кооперативный техникум»

Р.Г. Ахунова

2019 год

« 30 » августа

Р.Г. Ахунова

2020 год

« 31 » августа

Р.Г. Ахунова

2020 год

« 31 » августа

Р.Г. Ахунова

2021 год

« 30 » августа

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.08 Маркетинг**

Рассмотрено на заседании предметно-цикло-
вой комиссии УГ 43.00.00 Сервис и туризм
Председатель ПЦК

Карам-Каратаев Р. Р.

2018-2019 учебный год	Протокол № 5	от 29.06	2018	Каратаев Р. Р.
2019-2020 учебный год	Протокол № 1	от 29.08	2019	Каратаев Р. Р.
2020-2021 учебный год	Протокол № 1	от 28.08	2020	Толасова Т. А.
2021-2022 учебный год	Протокол № 1	от 27.08	2021	Толасова Т. А.

БИРСК 2018

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 Маркетинг

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины **ОП.08 Маркетинг** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства**.

Объем образовательной программы составляет 56 часов (вариативная часть).

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК .02 – 06, ОК. 09, ПК. 2.1 - 2.2, ПК .3.1 - 3.3, ПК. 4.1 - 4.4.	- проводить маркетинговые исследования.	- принципы и стратегию маркетинга; - рынок как объект маркетинга; - потребительское поведение; - комплекс маркетинга: продукт (услуга), продвижение, цена; - сегментация рынка и позиционирование продуктом (услугой).

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	56
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	48
в том числе:	
теоретическое обучение	22
практические занятия	20
Самостоятельная работа	8
Консультации	4
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.08 Маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся,		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
Тема 1.1. Бытовое обслуживание населения. Общие положения и специфика маркетинга	Содержание учебного материала		4	
	1	Специфика организации маркетинга в сервисе. Принципы организации. Основные сферы применения маркетинга. Сущность стратегического маркетингового планирования.		2
	Самостоятельная работа обучающихся: Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы (по всем вопросам к параграфам, главам, составленным преподавателем), в том числе интернет ресурсов. Подготовка рефератов по темам: «Особенности управления предприятием сферы сервиса», «Сущность и специфика маркетинга в сфере сервиса», «Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия сферы сервиса».		2	
Тема 1.2. Рынок как объект маркетинга	Содержание учебного материала		4	
	1	Маркетинговые исследования рынка услуг. Конъюнктура рынка услуг. Определение рыночного спроса. Маркетинговые исследования конкурентов.		2
	Практическое занятие		6	
	1	Решение практических задач		
	Самостоятельная работа обучающихся: Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы (по всем вопросам к параграфам, главам, составленным преподавателем), в том числе интернет ресурсов. Подготовка рефератов по темам: «Маркетинговое исследование рынка», «Рыночные показатели, их содержание и основное назначение», «Оценка конкурентоспособности предприятия на рынке услуг».		2	
Тема 1.3. Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала		4	
	1	Сущность маркетингового исследования. Этапы проведения. Маркетинговая информация.		2
	Самостоятельная работа обучающихся: Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы (по всем вопросам к параграфам составленным преподавателем), в том числе и интернет ресурсов; Подготовка рефератов по темам: «Сущность и содержание форм маркетинговых исследований», «Методы исследования деятельности фирм конкурентов».		2	
Тема 1.4. Потребительское поведение	Содержание учебного материала		4	
	1	Потребительский рынок и поведение на нём покупателей. Факторы оказывающие влияние на потребителей услуг.		2

	Практические занятия:	6	
	1 Решение задач		
	Самостоятельная работа обучающихся: Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы (по всем вопросам к параграфам, главам составленным преподавателем) в том числе интернет ресурсов. Подготовка рефератов по темам: «Исследование покупательского спроса», «Покупательское поведение потребителей», «Анализ предпочтений на основе потребительской оценки качества продукции (услуг)».	2	
Тема 1.5. Комплекс маркетинга	Содержание учебного материала	6	
	1 Понятие и сущность сегментации рынка услуг. Выбор целевого сегмента. Позиционирование на рынке продуктом (услугой). Понятие продукта (услуги) в маркетинге. Основные виды и классификация бытовых услуг. Понятие цены. Этапы расчёта цен. Выбор метода ценообразования на практике. Понятие продвижения продуктов (услуг) и их формы. Реклама. Роль сбыта в маркетинговой деятельности.		2
	Практические занятия:	8	
	1. Решение практических задач по теме «Методы расчёта цен».		
	2 Составить рекламу на услугу.		
	Консультации	4	
	Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	2	
	Всего:	56	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета «Экономики, менеджмента и маркетинга»

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения:

- компьютер;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемых для использования в образовательном процессе

3.2.1. Печатные издания

1. Мурахтанова Н.М. Маркетинг [Текст]: учебное пособие для студентов СПО / Н. М. Мурахтанова, Е.И. Ерёмкина – 8-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2018. – 304с.
2. . Мурахтанова Н.М. Маркетинг сборник практических задач и ситуаций [Текст]: учебное пособие для студентов СПО / Н. М. Мурахтанова, Е.И. Ерёмкина – 8-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2018. – 96с.

Дополнительные источники:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг [Текст]: учебник для студентов СПО / А.Ф. Барышев – 2-е изд., стер. - – М.: Издательский центр «Академия», 2018 – 208с.
2. Моисеева, Н.К. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии [Текст]: учебное пособие / Н.К. Моисеева. - 2-е изд., перераб. - М.: Финансы и статистика, 2018. - 416 с.
3. Котерова Н.П. Основы маркетинга [Текст]: учебное пособие / Н.П. Котерова. - М.: Издательский центр «Академия», 2018. – 144с.
4. Хлебович Д.И. Сфера услуг: маркетинг [Текст] / Д.И. Хлебович. - М.: КНОРУС, 2018. - 240 с.

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. <http://www.mevriz.ru/>
2. <http://www.rjm.ru/>
3. <http://www.new-management.info/>
4. <http://www.top-manager.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь:	Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета
Проводить маркетинговые исследования	Экспертная оценка хода выполнения и результатов практических занятий.
Знать:	Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета
<ul style="list-style-type: none"> - принципы и стратегию маркетинга; - рынок как объект маркетинга; - потребительское поведение; - комплекс маркетинга: продукт (услуга), продвижение, цена; - сегментация рынка и позиционирование продуктом (услугой). 	<p>Устный опрос Внеаудиторная самостоятельная работа Защита реферата</p>

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованный выбор форм контроля и методов оценки эффективности и качества выполнения практической работы. - своевременная проверка и самопроверка выполненных заданий. - корректировка и своевременное устранение допущенных ошибок в своей работе. 	Интерпретация результатов наблюдения в процессе обучения по учебной дисциплине «Маркетинг».
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- решение профессиональных задач в области планирования и организации работ на предприятиях ЖКХ.	
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<ul style="list-style-type: none"> - самостоятельность при поиске необходимой информации. - нахождение и использование информации для эффективного решения профессиональных задач в определённые сроки. - активное использование различных источников информации для решения профессиональных задач. 	
Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Презентация результатов учебной деятельности с использованием ИКТ.	
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<ul style="list-style-type: none"> - Соблюдение этических норм общения при взаимодействии со студентами, преподавателями - соблюдение норм деловой культуры при освоении дисциплины 	
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчинённых), за результат выполнения заданий.	- демонстрация собственной деятельности в роли руководителя команды в соответствии с заданными условиями.	
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- участие в олимпиадах, конкурсах, викторинах, конкурсах предметных недель.	
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- проведение анализа инноваций в отрасли жилищно-коммунального хозяйства.	

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Освоенные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Организовывать газоснабжение, водоснабжение, водоотведение, отопление, электроснабжение жилых помещений.	Организация работы персонала и контроля за качеством выполнения работ по газоснабжению, водоснабжению, водоотведению, отоплению, электроснабжению	Интерпретация результатов наблюдения в процессе обучения по учебной дисциплине «Маркетинг».
Организовывать проведение соответствующих аварийно-ремонтных и восстановительных работ.	- обоснованный выбор методов управления коллективом при проведении аварийно-ремонтных и восстановительных работ.	
Организовывать уборку и санитарную очистку придомовых территорий.	Планирование и организация работы персонала по уборке придомовых территорий в соответствии с заданными техническими требованиями.	
Планировать, организовывать и обеспечивать контроль работ, связанных с озеленением придомовых территорий.	Планирование и организация работы персонала при работах по озеленению придомовых территорий в соответствии с заданными техническими требованиями.	
Организовывать благоустройство и реконструкцию придомовых территорий.	Планирование и организация работы персонала по благоустройству придомовых территорий в соответствии с заданными техническими требованиями.	
Оценивать исходное техническое состояние домовладений и жилищного фонда	Планирование и организация работы по обслуживанию технического состояния домовладений и жилищного фонда в соответствии с заданными техническими требованиями.	
Организовывать обслуживание внутридомовых инженерных систем.	Планирование и организация работы персонала по обслуживанию внутридомовых инженерных сетей в соответствии с заданными техническими требованиями.	
Планировать, организовывать и обеспечивать контроль объёмов, качества и сроков выполнения работ по содержанию, техническому обслуживанию, текущему и капитальному ремонту домовладений и жилищного фонда.	Планирование и организация работы персонала по техническому обслуживанию и ремонту домовладений Контроль качества выполнения работ в соответствии с заданными техническими требованиями.	
Организовывать подготовку домовладений и жилищного фонда к сезонной эксплуатации.	Планирование и организация работы персонала по подготовке жилищного фонда к сезонной эксплуатации в соответствии с заданными техническими требованиями.	

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ
ОП.08 Маркетинг**

Учебный год	Вид изменений (объём времени, порядок освоения УД и ПМ и т.п.)	В какой документ ППСЗ вносятся изменения	Конкретное содержание изменений	Экспертное суждение о необходимости и целесообразности внесения изменений	Подпись председателя ЦК/ представителей работодателей
21.08.2019	Изменение наименования образовательной организации	Рабочая программа	Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Бирский кооперативный техникум» переименован в Автономную некоммерческую профессиональную образовательную организацию «Бирский кооперативный техникум»	Решение о государственной регистрации Управления МинЮста РФ по РБ № 1351-р от 13.08.2019	