


Министерство образования, науки и молодежи Республики Крым
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Республики Крым
«Симферопольский колледж радиоэлектроники»

УТВЕРЖДАЮ:

Заместитель директора по
учебной работе

 В.И. Полякова
« 30 » 08 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.05 Маркетинг

Специальность: 11.02.12 Почтовая связь

г. Симферополь
2019 г.

Рабочая программа учебной дисциплины *ОП.05 Маркетинг* разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования специальности **11.02.12 Почтовая связь**, утвержденного приказом Министерства образования и науки от 11 августа 2014 года № 967.

Организация разработчик - Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Республики Крым «Симферопольский колледж радиоэлектроники»

Разработчик - преподаватель ГБПОУ РК «Симферопольский колледж радиоэлектроники»:

- Пазовская Антонина Вильевна

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии № 4

« 20 » 08 2014 г. Протокол № 1

Председатель ЦМК  А.Ю. Степанов

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ

1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 11.02.12 «Почтовая связь».

1.2 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина входит в общепрофессиональный цикл

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

В результате освоения учебной дисциплины студент должен *уметь*:

- проводить сегментирование рынка услуг почтовой связи;
- проводить анализ смены жизненного цикла и всех стадий цикла услуги;
- распространять и продвигать услуги почтовой связи на рынке;
- проводить рекламную кампанию услуг почтовой связи;

В результате освоения учебной дисциплины студент должен *знать*:

- маркетинговые концепции;
- цели, принципы и методы управления маркетингом;
- этапы проведения маркетинговых исследований;
- рынок в системе маркетинга;
- концепции и характеристики стадии жизненного цикла услуг;
- методику проведения маркетингового планирования;
- основы рекламной кампании;
- основы маркетингового планирования;
- организацию розничных продаж;

Освоение учебной дисциплины ОП 05 Маркетинг способствует формированию профессиональных компетенций:

ПК 1.1. Выполнять работы по предоставлению почтовых и не почтовых услуг (розничная продажа товаров, прием и пересылка миграционных уведомлений иностранных граждан, адресная реклама).

ПК 1.2. Оказывать интернет-услуги в пунктах коллективного доступа.

ПК 1.3. Обеспечивать распространение периодических печатных изданий.

В результате освоения дисциплины у студентов по базовой подготовке формируются общие компетенции (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки студента - 48 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки студента – 32 часов;

самостоятельной работы студента – 16 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)	48
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	32
в том числе:	
лабораторные работы	-
практические занятия	10
контрольные работы	-
курсовая работа (проект)	-
Самостоятельная работа студента (всего)	16
в том числе:	
- составление таблиц;	
- составление конспекта;	
- составление кроссворда;	
- подготовка к дифференцированному зачету	
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.05 МАРКЕТИНГ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа студентов, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень усвоения
Тема 1. Теоретические основы маркетинга	Содержание учебного материала. 1. Понятие и сущность маркетинга. Определение маркетинга. Основные цели и задачи маркетинга. Основные сферы применения маркетинга. История и эволюция маркетинговой концепции. 2. Окружающая среда маркетинга. Основные элементы окружающей среды предприятия. Микросреда. Макросреда. Медиасреда. Структура маркетинговой службы.	4	2
	Лабораторные занятия	-	
	Практические занятия	-	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа студентов. Проработка конспектов занятий, учебной литературы. Дополнения конспекта: социально-экономические факторы маркетинга.	2	
Тема 2 Рынок как условие и экономическая основа маркетинга	Содержание учебного материала 1. Потребительские рынки Понятие рынка, его виды и принципы функционирования. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. Потребительский рынок и поведение на нем покупателей. 2. Конъюнктура рынка. Основные показатели конъюнктуры рынка. Прогнозирование конъюнктуры рынка. Методы прогнозирования. 3. Сегментация рынка. Основные принципы сегментации потребительского рынка. Особенности сегментации рынка почтовых услуг.	6	2
	Лабораторные занятия	-	
	Практические занятия	2	2
	1. Сегментирование рынка		
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа студентов: 1. Составить таблицу «Факторы, влияющие на поведение покупателей». 2. Составить конспект маркетинговые исследования рынка.	4	

Тема 3 Товары и услуги в системе маркетинга	Содержание учебного материала	10	2
	<u>1. Разработка товаров и услуг.</u> Понятие товара и услуги в маркетинге. Состав и классификация товаров и услуг. Структура ассортимента продукции. Использование товарных марок и упаковок.		2
	<u>2. Жизненный цикл товара и услуги.</u> Жизненный цикл товара и услуги. Установление цен на товары и услуги. Понятие и сущность цены. Виды цен. Влияние цены на спрос и предложение.		2
	<u>3. Конкуренция и конкуренты.</u> Понятие и виды конкуренции. Стратегии конкурентов. Факторы конкурентоспособности. Моделирование показателей конкурентоспособности.		2
	<u>4. Планирование движения товаров и услуг.</u> Основные методы распространения товаров и услуг. Каналы распределения. Вертикальные маркетинговые системы. Горизонтальные маркетинговые системы. Многоканальные маркетинговые системы. Товародвижение. Оптовая торговля. Розничная торговля.		2
	<u>5. Продвижение товаров и услуг.</u> Понятие продвижения. Коммуникации в маркетинге. Рекламная деятельность. Стимулирование сбыта. Личная продажа. Пиар и пропаганда.	-	
	<u>Лабораторные занятия</u>		
	<u>Практические занятия</u>	8	2
	1. Жизненный цикл товара и маркетинговые мероприятия		2
	2. Оценка конкурентоспособности предприятия.		2
	3. Сбытовая политика организации.		2
	4. Разработка и составление рекламы		2
	<u>Контрольные работы</u>	-	
Всего:	Самостоятельная работа студентов:	10	
	1. Составление концепта план маркетинга.		
	2. Составить кроссворд на тему «Ценообразование»		
	3. Подготовка к дифференцированному зачету	2	
	Дифференцированный зачет	48	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета маркетинга.

Оборудование кабинета:

- посадочные места по количеству студентов;
- комплект учебно-наглядных пособий (методические рекомендации по выполнению практических работ).

Технические средства обучения:

- телевизор с DVD- проигрывателем

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, нормативных и нормативно-технических документов, электронных ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Маркетинг товаров и услуг : учеб. пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2013. — 239 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/412829>
2. Маркетинг: Учебное пособие / Лукина А.В., - 3-е изд., исп. и доп. - М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.: 60х90 1/16. - (СПО) (Обложка) ISBN 978-5-91134-769-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/412827>

Дополнительная литература:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг [Текст]: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования / А.Ф. Барышев. – 12-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2016. – 224 с.

Электронные ресурсы:

1. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" [Электронный ресурс]. —ФГАУ ГНИИ ИТТ "Информика", 2005-2019. — Режим доступа: <http://window.edu.ru> , свободный. —Заглавие с экрана (дата обращения: 28.08.2018).
2. Словарь финансовых и юридических терминов [Электронный ресурс] //Некоммерческая интернет-версия КонсультантПлюс, 1992-2019. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>,свободный. —Заглавие с экрана (дата обращения: 28.08.2018).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических работ, устного опроса.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля
Уметь: проводить сегментирование рынка услуг почтовой связи; проводить анализ смены жизненного цикла и всех стадий цикла услуги; распространять и продвигать услуги почтовой связи на рынке; проводить рекламную кампанию услуг почтовой связи;	Проведение сегментирования рынка деятельности организации. Анализ смены жизненного цикла и всех стадий цикла услуги. Распространение и продвижение услуги почтовой связи на рынке. Проведение рекламной кампании услуг почтовой связи	- оценка результатов выполнения практических работ; - устный опрос; - защита самостоятельных работ.
Знать: маркетинговые концепции; цели, принципы и методы управления маркетингом; этапы проведения маркетинговых исследований; рынок в системе маркетинга; концепции и характеристики стадии жизненного цикла услуг; методику проведения маркетингового планирования; основы рекламной кампании; основы маркетингового планирования; организацию розничных продаж	Знание маркетинговых концепций. Знание целей, принципов и методов управления маркетингом. Знание этапов проведения маркетинговых исследований; Знание рынка в системе маркетинга. Знание концепций и характеристик стадий жизненного цикла услуг. Знание методики проведения маркетингового планирования; Знание основ рекламной кампании. Знание основ маркетингового планирования. Знание организации розничных продаж.	- оценка результатов выполнения практических работ; - устный опрос; - защита самостоятельных работ.
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии, проявление к ней устойчивого интереса	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.	Организация собственной деятельности исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Принимает решения в стандартных и нестандартных ситуациях и несет за них ответственность.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Осуществление поиска информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Использование информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы
ОК 6. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Работа в команде, эффективное общение с коллегами, руководством, клиентами	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Чувствует себя ответственным за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Самостоятельно определяет задачи профессионального и личностного развития, занимается самообразованием, осознанно планирует повышение квалификации.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Ориентируется в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы