

Приложение 23
к программе подготовки специалистов среднего звена
по специальности среднего профессионального образования
26.02.03 Судовождение (углубленная подготовка)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.12 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Тюмень, 2019 г.

Рассмотрена на заседании ЦК
Судовождения и эксплуатации флота
ГАПОУ ТО «Тюменский колледж водного транспорта»
Протокол №11 от 25.06.2019г

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.12. Основы маркетинга разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности среднего профессионального образования 26.02.03 Судовождение (углубленная подготовка), утвержденного Министерством образования и науки РФ №441 от 07.05.2014г.

Организация-разработчик:

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Тюменской области «Тюменский колледж водного транспорта»

Разработчик:

Лембик Е.Н., преподаватель ГАПОУ ТО «Тюменский колледж водного транспорта».

СОДЕРЖАНИЕ

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

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.12 Основы маркетинга

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП. 12 Основы маркетинга является вариативной частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с требованиями ФГОС и региональными требованиями работодателей по специальности среднего профессионального образования 26.02.03 Судовождение (углубленная подготовка).

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована при обучении студентов в дополнительном профессиональном образовании в рамках реализации программ переподготовки и повышения квалификации кадров по направлению 26.00.00 Техника и технологии кораблестроения и водного транспорта

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.12 Основы маркетинга является общепрофессиональной дисциплиной, которая относится к вариативной части профессионального цикла программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования углубленной подготовки.

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

В результате освоения учебной дисциплины *обучающийся должен уметь:*

- использовать основные категории маркетинга в практической деятельности;
- выявлять сегменты рынка;
- проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;
- проводить опрос потребителей;
- определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга;
- учитывать особенности маркетинга (по отраслям);
- изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения;
- оценивать поведение покупателей

В результате освоения учебной дисциплины *обучающийся должен знать:*

- концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга;
- принципы и функции маркетинга;
- сущность стратегического планирования в маркетинге;
- этапы жизненного цикла продукции с особенностями маркетинга (по отраслям);
- методы маркетинговых исследований;
- факторы маркетинговой среды;
- критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке;
- модель покупательского поведения;
- стратегию разработки нового товара;
- природу и цели товародвижения, типы посредников;
- ценовые стратегии и методы ценообразования;
- цели и средства маркетинговой коммуникации;
- основы рекламной деятельности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование общих компетенций, включающих в себя способность:

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

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

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных

ситуациях

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в команде, обеспечивать её сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за 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.

ОК 10. Владеть письменной и устной коммуникацией на государственном и (или) иностранном (английском) языке.

ПК 4.2. Находить оптимальные варианты планирования рейса судна, технико-экономических характеристик эксплуатации судна и выполнения требований работодателей

РТР «Оптимизировать доставку грузов с учётом особенностей Обь-Иртышского речного бассейна».

1.4. Использование часов вариативной части ППССЗ

Дополнительные знания, умения	№, наименование темы	Количество часов	Обоснование включения в рабочую программу
<p>Уметь:</p> <p>использовать основные категории маркетинга в практической деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none">– выявлять сегменты рынка;– проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;– проводить опрос потребителей;– определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга;– учитывать особенности маркетинга (по отраслям);– изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения;– оценивать поведение покупателей <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">– концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга;– принципы и функции маркетинга;– сущность стратегического планирования в маркетинге;	На протяжении изучения всей дисциплины ОП 12 Основы маркетинга	80	Дополнительные часы используются с целью повышения качества подготовки обучающихся по специальности 26.02.03 Судовождение (углубленная подготовка) и восполнения недостатка времени, отведённого на освоение профессиональной компетенции ПК 4.2. Находить оптимальные варианты планирования рейса судна, технико-экономических характеристик эксплуатации судна и выполнения требований работодателей «Оптимизировать доставку грузов с учётом особенностей Обь-Иртышского речного бассейна».

<ul style="list-style-type: none"> – этапы жизненного цикла продукции с особенностями маркетинга (по отраслям); – методы маркетинговых исследований; – факторы маркетинговой среды; – критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке; – модель покупательского поведения; – стратегию разработки нового товара; – природу и цели товародвижения, типы посредников; – ценовые стратегии и методы ценообразования; – цели и средства маркетинговой коммуникации; – основы рекламной деятельности. 			
---	--	--	--

1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 120 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 80 часов;

самостоятельной работы обучающегося 40 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная аудиторная учебная нагрузка (всего)	120
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	80
В том числе:	
лабораторные работы	-
практические занятия	22
контрольные работы	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	40
В том числе:	
Внеаудиторная самостоятельная работа:	40
Подготовка сообщений по темам	22
Подготовка презентаций	10
Заполнение терминологического словаря	2
Заполнение таблицы	4
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.12 Основы маркетинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия	Объем часов	Уровень усвоения
1	2	3	4
Раздел 1. Маркетинг как экономическая категория		6	
Тема 1.1. Маркетинг как экономическая категория. Основные понятия маркетинга.	Содержание учебного материала: Маркетинг как экономическая категория. Основные понятия маркетинга.	2	2
	Самостоятельная работа №1: Основные направления современного маркетинга, сообщение	4	
Тема 1.2. Тема 1.2 История развития маркетинга и концепции рыночной экономики. Принципы и функции маркетинга.	Содержание учебного материала:		
	История развития маркетинга и концепции рыночной экономики Принципы и функции маркетинга.	2	2
	Содержание учебного материала: Практическая работа №1 Управление и комплекс маркетинга. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности (в отрасли водного транспорта)	2	
	Самостоятельная работа №2: Тенденции развития маркетинга в отрасли водного транспорта, сообщение	6	
Раздел 2 Маркетинговая информация и методы исследования маркетинга		12	
Тема 2.1. Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Вспомогательные системы маркетинговой информации.	Содержание учебного материала:		
	Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Вспомогательные системы маркетинговой информации.	2	2
Тема 2.2. Первичная и вторичная информация. Методы маркетинговых исследований	Содержание учебного материала:		
	Первичная и вторичная информация. Методы маркетинговых исследований	4	2
	Самостоятельная работа №3: Заполнение таблицы: Методы маркетинговых исследований	4	
Тема 2.3 Понятие маркетинговой	Содержание учебного материала:	4	2

среды и ее составные части.	Понятие маркетинговой среды и ее составные части.		
	Составные части маркетинговой среды		
	Практическая работа №2 Анализ поведения потребителя при совершении покупок	2	
	Самостоятельная работа №4: Модель покупательского поведения, презентация	6	
Раздел 3 Сегментация рынка		6	
Тема 3. Основные характеристики покупателей. Реакция покупателей на покупку	Содержание учебного материала:		2
	Основные характеристики покупателей. Реакция покупателей на покупку	4	
Тема 3.2 Понятие и роль сегментов рынка. Понятие целевого маркетинга.	Практическая работа №3 Методы сегментирования рынка	2	
	Самостоятельная работа №5: Основные направления изучения потребителей, презентация	4	
Раздел 4 . Понятие товара		22	
Тема 4.1 Способы и стратегии охвата рынка	Содержание учебного материала:	4	2
	Способы и стратегии охвата рынка		
Тема 4.2 Пути позиционирования товара на рынке.	Содержание учебного материала: Пути позиционирования товара на рынке.	4	2
Тема 4.3 Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров.	Содержание учебного материала: Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл продукции.	2	2
	Практическая работа №4 Оценка конкурентоспособности организации и установление ее конкурентоспособных преимуществ	4	
	Самостоятельная работа №6: Роль услуг в системе маркетинга, презентация	4	
Тема 4.5. Сущность ассортимента и товарной номенклатуры.	Содержание учебного материала: Критерии качества первичных измерительных преобразователей приборов Задачи анализа и синтеза первичного измерительного преобразователя Статистические критерии качества первичных измерительных преобразователей микропроцессорного прибора Понятие и сущность цены. Ценообразование.	4	1,2
	Практическая работа №5	4	

	Сбор информации о ценах и ценовой политике организации		
	Самостоятельная работа №7: Заполнение терминологического словаря	2	
Раздел 5. Методы ценообразования		8	
Тема 5.1. Типы рынков в зависимости от ценообразования. Цели ценообразования. Зависимость цены от спроса.	Содержание учебного материала:	2	
	Типы рынков в зависимости от ценообразования.		
	Цели ценообразования.	2	
	Зависимость цены от спроса.		
Тема 5.2 Методы ценообразования. Факторы, влияющие на установление цены продукта. Основные виды ценовой стратегии	Содержание учебного материала:	4	
	Методы ценообразования		
	Факторы, влияющие на установление цены продукта.		
	Основные виды ценовой стратегии		
	Самостоятельная работа №8: Анализ ценовой политики топлива, необходимого для работы теплохода, сообщение	4	
Раздел 6. Товародвижение		6	
Тема 6.1. Управление ценами: скидки и демпинг	Содержание учебного материала:	4	
	Управление ценами. Скидки и демпинг. Понятие товародвижения. Природа и цели товародвижения.		2
	Практическая работа №6	2	
	Установление уровней каналов распространения товаров и выбор каналов распределения товаров		
Раздел .7 Организация товародвижения		6	
Тема 7.1 Организация товародвижения.	Содержание учебного материала:	4	
	Организация товародвижения. Значение посредников и каналов распределения и сбыта.		2
	Практическая работа №7	2	
	Анализ каналов распределения и сбыта в организации		
Раздел 8. ФОССТИС, реклама		14	
Тема 8.1. Оценка готовности предприятия расширять объемы производства и адаптировать продукцию под международные	Содержание учебного материала:	2	
	Производственный потенциал. Материально-технические показатели. Товар. Финансы. Бизнес-план экспортной деятельности.		2

требования и стандарты.			
Тема 8.2. Стратегия поиска покупателя	Содержание учебного материала: Самостоятельный поиск страны экспорта в сети Интернет. Международные маркетинговые ресурсы двух основных крупных направлениях: 1) информация о странах; 2) отраслевые ресурсы.	2	2
Тема 8.3 Понятие ФОССТИС, его составные части и средства.	Содержание учебного материала: Понятие ФОССТИС. Составные части и средства.	2	2
Тема 8.4 Международная система стандартов	Содержание учебного материала: История стандартов ISO. • ИСО 9000:2000 (ГОСТ Р ИСО 9000:2001) • ИСО 9001:2000 (ГОСТ Р ИСО 9001:2001) • ИСО 9004:2000 (ГОСТ Р ИСО 9004:2001)	2	2
	Практическая работа №8 Написание «гипнотического рекламного текста»	4	
	Самостоятельная работа №9 Рекламный проспект прогулочного теплохода, презентация	6	
Дифференцированный зачет по дисциплине		2	
		Максимальная учебная нагрузка	120
		Аудиторная учебная нагрузка	80
		Самостоятельная работа	40

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета Экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий по дисциплине.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением.
- интерактивная доска

3.2. Информационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга/ Ф. Котлер. - М.: Прогресс, 2015. – 912 с.

Дополнительные источники:

1. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 219 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер. - 12-е изд. - СПб.: ПИТЕР, 2010. – 816 с.
3. Крылова Г.Д., Соколова, М.И. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций / Г.Д. Крылова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 348 с.
4. Маркетинг: Учебник/Под ред. А.Н. Романова. – 4-е изд. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012. – 463 с.
5. Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. — М.: Юристь, 2012 — 568 с.
6. Михалева Е.П. Маркетинг: конспект лекций. – М.: Юрайт-Издат, 2011. – 222 с.
7. Ноздрева Р.Б., Крылова Г.Д., Соколова М.И. Учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова — М.: Юристь, 2010. - 45 с.
8. Панкрухин А.П. Маркетинг-практикум: ситуационные задания, кейсы, тесты / А.П. Панкрухин. – М.: ИМПИС, 2011. – 160 с.
9. Федько В.П., Федько Н.Г. Маркетинг: 100 экзаменационных ответов. Изд-е 4-е. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2011. – 448 с.

Интернет ресурсы:

1. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
2. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
3. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
4. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
5. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
6. <http://www.marketingandresearch.ru/>-журнал

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контрольная оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения теоретических ,практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения: использовать основные категории маркетинга в практической деятельности; – выявлять сегменты рынка; – проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения; – проводить опрос потребителей; – определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга; – учитывать особенности маркетинга (по отраслям); – изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения; – оценивать поведение покупателей	Формализованное наблюдение и оценка результатов практических работ
Знания: – концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга; – принципы и функции маркетинга; – сущность стратегического планирования в маркетинге; – этапы жизненного цикла продукции с особенностями маркетинга (по отраслям); – методы маркетинговых исследований; – факторы маркетинговой среды; – критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке; – модель покупательского поведения; – стратегию разработки нового товара; – природу и цели товародвижения, типы посредников; – ценовые стратегии и методы ценообразования; – цели и средства маркетинговой коммуникации; – основы рекламной деятельности.	-Опрос -Составление схем -Построение графиков -Решение тестовых задач

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверить у обучающихся не только сформированность общих, но и профессиональных компетенций.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> - применяет полученные знания в любой ситуации, связанной с профессиональными задачами - проявляет интерес к будущей профессии 	<ul style="list-style-type: none"> - оценка при выполнении СР№1 ,СР №8 -взаимоконтроль при выполнении СР № 6 - оценка устных ответов обучающихся, - оценка по результатам промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета -оценивание практических заданий
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> - умеет организовывать рабочее место - самостоятельно и верно называет цель деятельности - разбивает свою цель на задачи, - демонстрирует выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области судовождения - оценивает эффективность и качество выполнения профессиональных задач 	<ul style="list-style-type: none"> - оценка результатов деятельности обучающихся при выполнении аудиторной и внеаудиторной работы, тестирования, составлении таблиц - оценка результатов деятельности обучающихся при выполнении внеаудиторной работы, при промежуточной аттестации, написании информационных сообщений
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	<ul style="list-style-type: none"> -анализирует рабочую ситуацию в соответствии с заданными критериями - определяет проблемы в профессиональной ситуации - планирует поведение в проблемных ситуациях 	<ul style="list-style-type: none"> -оценка результатов устного опроса по разделам № 1 и 2 - оценка результатов деятельности обучающихся при выполнении внеаудиторной работы, написании сообщений
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует эффективный поиск необходимой информации - умеет пользоваться табличными данными - использует информацию на бумажных носителях - обосновывает выбор необходимой информации - использует различные источники информации, включая электронные, для эффективного выполнения профессиональных задач и углубления профессиональных знаний в области судовождения 	<ul style="list-style-type: none"> -оценка результатов по отчету о выполнении внеаудиторных самостоятельных работ СР№ 7 - оценка результатов деятельности обучающихся в процессе выполнения практических работ ПР№ 2 , 7 -оценка за заполнение таблицы
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует навыки использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной 	<ul style="list-style-type: none"> -оценивание при решении ситуационных задач профессиональной направленности -оценка в ходе выполнения тестовых заданий

<p>профессиональной деятельности.</p>	<p>деятельности - умеет самостоятельно работать с информацией</p>	<p>- оценка выполненного домашнего задания - оценка подготовленных сообщений - оценка создания электронных презентаций</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>- высказывает свою точку зрения на поставленную проблему - умеет грамотно ставить и задавать вопросы - координирует свои действия с другими участниками общения - взаимодействует с обучающимися, преподавателями в ходе обучения, - понимает и четко представляет, что успешность и результативность выполненной работы зависит от согласованности действий всех членов команды</p>	<p>- наблюдение при выполнении индивидуальных заданий - устный контроль в форме индивидуального, фронтального опроса - текущий контроль в форме оценки результатов практических занятий - оценивание результатов в форме дифференцированного зачета</p>
<p>ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.</p>	<p>- проявляет чувство ответственности за работу подчиненных, за результат выполнения заданий - демонстрирует исполнительность и ответственное отношение к порученному делу</p>	<p>- оценивание обучающихся в ходе выполнения групповой практической работы</p>
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>- проявляет стремление к самообразованию и повышению профессионального уровня - организывает самостоятельную работу при выполнении профессиональных задач</p>	<p>- оценка результатов выполнения внеаудиторных самостоятельных работ СР № 8, 9 - взаимооценка в ходе выполнения индивидуальных заданий - текущее наблюдение при выполнении практических работ</p>
<p>ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>- анализирует деятельность речного флота с учетом изобретений в области новых технологий - способен к применению инноваций в области судовождения - грамотно решает ситуационные задачи с применением профессиональных знаний и умений</p>	<p>- оценка решения задания по карточкам - оценка устных ответов обучающихся в виде викторины, - оценка результатов СР № 6,8 - оценка по результатам промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачёта</p>