

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»**

СРЕДНЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

специальности 43.02.12 Технология эстетических услуг

Черкесск 2020 г.

Рабочая программа учебной дисциплины является вариативной частью
Федерального государственного образовательного стандарта по специальности
среднего профессионального образования 43.02.12 Технология эстетических
услуг, базовый уровень, направление подготовки 43.00.00 Сервис и туризм.

Организация-разработчик СПК ФГБОУ ВС «СевКавГА»

Разработчики: Батракова Е.В. - преподаватель ФГБОУ ВО «СевКавГА»
среднепрофессиональный колледж

Одобрена на заседании цикловой комиссии: «Социально-правовые
дисциплины»

от 03 02 2020 г. протокол № 6

Руководитель образовательной программы  Е.В. Батракова

Рекомендована методическим советом колледжа

от 05 02 2020 г. протокол № 3

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.11 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.11 «Основы маркетинга» является вариативной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.12 Технология эстетических услуг.

Учебная дисциплина ОП.11 «Основы маркетинга» обеспечивает формирование общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 43.02.12 Технология эстетических услуг.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии следующих компетенций:

ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам

ОК 02 Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности

ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК01.	анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
ОК 02.	определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации;	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования.
ОК03.	оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска. применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования.	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы	37
Самостоятельная работа	3
Консультации	-
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	34
в том числе:	
лекции, уроки	34
практические занятия	-
лабораторные занятия	-
Промежуточная аттестация (ДФК)	-

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Социально-экономические основы маркетинга		2	
Тема 1.1. Основные понятия маркетинга	Содержание учебного материала	2	ОК.1
	1 Определения маркетинга		
	2 Основные категории маркетинга		
	Практические работы и лабораторные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Раздел 2. Управление маркетинговой деятельностью		6	
Тема 2.1. Анализ рыночных возможностей	Содержание учебного материала	2	ОК.2
	1 Выявление рынков		
	2 Оценка маркетинговых возможностей		
	Практические работы и лабораторные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 2.2. Понятие сегментирования рынка	Содержание учебного материала	2	ОК.3
	1 Сегментирование рынка		
	2 Принципы сегментирования потребительских рынков		
	3 Выбор целевых сегментов рынка		
	4 Позиционирование товара на рынке		
	Практические работы и лабораторные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 2.3. Маркетинговая деятельность	Содержание учебного материала	2	ОК.3
	1 Комплекс маркетинга		
	2 Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности		
	3 Система планирования маркетинга		
	4 Система маркетингового контроля		
	Практические работы и лабораторные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Раздел 3. Субъекты маркетинговой деятельности		4	
Тема 3.1. Поведение потребителей	Содержание учебного материала	2	ОК.2
	1 Факторы, влияющие на поведение потребителей		
	2 Классификация потребителей		
	3 Модель покупательского поведения		

	Практические работы и лабораторные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.2. Процесс принятия решения о покупке	Содержание учебного материала	2	ОК.2
	1 Осознание проблемы		
	2 Поиск информации		
	3 Оценка вариантов		
	4 Решение о покупке		
	5 Реакция на покупку		
Практические работы и лабораторные работы	-		
Самостоятельная работа обучающихся	-		
Раздел 4. Маркетинговые исследования и информация		2	
Тема 4.1. Система маркетинговой информации	Содержание учебного материала	2	ОК.2
	1 Понятие маркетинговой информации		
	2 Система внутренней отчетности		
	3 Система сбора текущей маркетинговой информации		
	4 Система анализа маркетинговой информации		
	Практические работы и лабораторные работы		
Самостоятельная работа обучающихся	-		
Раздел 5. Товарная стратегия маркетинга		4	
Тема 5.1. Классификация товаров	Содержание учебного материала	2	ОК.3
	1 Понятие товара		
	2 Многоуровневая модель товара		
	3 Товары длительного, кратковременного пользования, услуги		
	4 Товары широкого потребления		
	5 Товары промышленного назначения		
Практические работы и лабораторные работы	-		
Самостоятельная работа обучающихся	-		
Тема 5.2. Слагаемые коммерческого успеха товара	Содержание учебного материала	2	ОК.3
	1 Атрибутика товара		
	2 Стандартизированные и дифференцированные товары		
	3 Решения относительно марочных обозначений		
	Практические работы и лабораторные работы		
Самостоятельная работа обучающихся	-		
Раздел 6. Ценовая стратегия маркетинга		2	
Тема 6.1. Экономическая сущность ценообразования	Содержание учебного материала	2	ОК.3
	1 Понятие цены и ценообразования;		
	2 Факторы ценообразования;		

	3	Методы ценообразования;		
	4	Стратегии ценообразования.		
	Практические работы и лабораторные работы		-	
	Самостоятельная работа обучающихся		-	
Раздел 7. Сбытовая политика в маркетинге			10	
Тема 7.1. Сущность сбытовой политики в маркетинге	Содержание учебного материала		4	ОК.3
	1	Понятие сбыта		
	2	Организация продаж товаров конечному потребителю		
	3	Планирование продаж товаров		
	Практические работы и лабораторные работы		-	
Самостоятельная работа обучающихся		-		
Тема 7.2. Каналы распределения товаров и услуг	Содержание учебного материала		2	ОК.1
	1	Роль посредников в распределении товаров		
	2	Функции каналов распределения		
	3	Уровни каналов распределения		
	4	Виды маркетинговых систем		
Практические работы и лабораторные работы		-		
Самостоятельная работа обучающихся		-		
Тема 7.3. Товародвижение	Содержание учебного материала		4	ОК.1
	1	Понятие товародвижения		
	2	Способы товародвижения		
	Практические работы и лабораторные работы		-	
Самостоятельная работа обучающихся		-		
Раздел 8. Маркетинговые коммуникации			4	
Тема 8.1. Система маркетинговых коммуникаций	Содержание учебного материала		2	ОК.2
	1	Комплекс маркетинговых коммуникаций		
	2	Элементы процесса коммуникации		
	Практические работы и лабораторные работы		-	
Самостоятельная работа обучающихся		-		
Тема 8.2. Реклама	Содержание учебного материала		2	ОК.3
	1	Понятие рекламы		
	2	Виды рекламы		
	3	Средства распространения рекламы		
	4	Стиль рекламного обращения		
Практические работы и лабораторные работы		-		
Самостоятельная работа обучающихся		3		
Консультации		-		

Промежуточная аттестация	-	
Всего:	37	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Кабинет маркетинга и менеджмента

оснащенный оборудованием: Рабочие места преподавателя и обучающихся: доска меловая – 1 шт., стол ученический – 15 шт., стулья – 30 шт., стол – 1 шт., стул – 1 шт. Комплект учебно-методической документации, раздаточный материал, плакаты

техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование (ноутбук OS 8/1 64 bit CPU Intel core i5 323 Ом 260 Ghz 4.00 Гб/ 465 Gb, проектор Optoma DLP Texas, экран для проекционной техники)

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Власов, В. Б. Основы маркетинга : учебное пособие / В. Б. Власов, С. Ю. Нерозина. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 68 с. — ISBN 978-5-7731-0918-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111482.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Морозов, Ю. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Ю. В. Морозов. — 8-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 148 с. — ISBN 978-5-394-02156-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85280.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>OK1, OK2, OK3</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); - определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска; -определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных 	<p>Уровень подготовки студентов по учебной дисциплине оценивается в баллах: «5» («отлично»), «4» («хорошо»), «3» («удовлетворительно»), «2» («неудовлетворительно»).</p> <p>Оценка «отлично» - обучающийся показывает полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показывает высокий уровень теоретических знаний. Практическую часть выполняет на 100%.</p> <p>Оценка «хорошо» - обучающийся показывает глубокие знания программного материала, грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы. В тоже время при ответе допускает несущественные погрешности. Практическую часть выполняет на 90%-80%.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» - обучающийся показывает достаточные, но не глубокие знания программного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуется уточняющие вопросы. Практическую часть выполняет на 70%-60%.</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» - обучающийся показывает недостаточные знания программного материала, не</p>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> – индивидуального опроса, – работы по карточкам, – тестирования по разделам учебной дисциплины <p>Итоговый контроль в форме ДФК</p>

<p>сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none">- номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; <p>приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации;</p> <ul style="list-style-type: none">- содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования;	<p>способен аргументировано и последовательно его излагать, допускается грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на поставленный вопрос или затрудняется с ответом. Практическую часть выполняет на менее 50%.</p>	
--	---	--

