Департамент образования Вологодской области
Бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Вологодской области
«ВОЛОГОДСКИЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

УТВЕРЖДЕНО
приказом директора БПОУ ВО
«Вологодский строительный колледж»
№ 255 -УД от 20 июня 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.06. МАРКЕТИНГ

(углубленная подготовка)

2017 г.

Программа учебной дисциплины **ОП.06. МАРКЕТИНГ** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) **43.02.08 СЕРВИС ДОМАШНЕГО И КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА**

Организация-разработчик:
БПОУ ВО «Вологодский строительный колледж»

Разработчик:
Дубровская Ирина Николаевна, преподаватель

Рассмотрена на заседании предметной цикловой комиссии общепрофессиональных, специальных дисциплин и дипломного проектирования по специальностям 08.02.01 «Строительство и эксплуатация зданий и сооружений», 08.02.07 «Монтаж и эксплуатация внутренних сантехнических устройств, кондиционирования воздуха и вентиляции», 43.02.08 «Сервис домашнего и коммунального хозяйства» и рекомендована для внутреннего использования, протокол № 11 от «13» июня 2017г

Председатель ПЦК А.В. Богданова

СОДЕРЖАНИЕ

		стр.
1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.06.МАРКЕТИНГ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС специальности **43.02.08 Сервис домашнего и коммунального хозяйства.**

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина входит в профессиональный учебный цикл, относится к общепрофессиональным дисциплинам (ОП.00).

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- проводить маркетинговые исследования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- принципы и стратегию маркетинга
- рынок как объект маркетинга
- потребительское поведение
- комплекс маркетинга: продукт(услуги), продвижение, цена, сегментация и позиционирование товара(услуги)

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающихся - 93 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 62 часа;

самостоятельной работы обучающихся -31 час.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	93
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	62
в том числе:	
практические занятия	20
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	31
Выполнение индивидуальных творческих заданий	31
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта	

2.2. Результаты освоения учебной дисциплины

Результатом освоения программы учебной дисциплины является овладение обучающимися профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Организовывать газоснабжение, водоснабжение, водоотведение, отопление, электроснабжение жилых помещений
ПК2.2.	Организовывать проведение соответствующих аварийно-ремонтных и восстановительных работ
ПК 3.1	Организовывать уборку и санитарную очистку придомовых территорий.
ПК 3.2.	Планировать, организовывать и обеспечивать контроль работ, связанных с озеленением придомовых территорий.
ПК 3.3.	Организовывать благоустройство и реконструкцию придомовых территорий.
ПК4.1.	Оценивать исходное техническое состояние домовладений и жилищного фонда
ПК4.2.	Организовывать обслуживание внутридомовых инженерных систем
ПК4.3.	Планировать, организовывать и обеспечивать контроль объемов, качества и сроков выполнения работ по содержанию, техническому обслуживанию, текущему и капитальному ремонту домовладений и жилищного фонда
ПК4.4.	Организовывать подготовку домовладений и жилищного фонда к сезонной эксплуатации
ПК5.1.	Организовывать обслуживание в сфере жилищно-коммунального хозяйства
ПК5.2.	Организовывать и контролировать деятельность подчиненных

ПК5.3.	Планировать деятельность организаций жилищно-коммунального хозяйства
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 коллективе и в команде, обеспечивать её сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчинённых, 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.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

2.3. Тематический план и содержание учебной дисциплины
ОП.06.МАРКЕТИНГ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объём часов	Уровень усвоения
Раздел 1. Основы маркетинга		**49**	
Тема 1.1. Общие понятия маркетинга	**Содержание учебного материала**	**11**	
	- Маркетинг как система, его сущность и концепция. Функции и субъекты маркетинга. - Комплекс маркетинга. Маркетинговая среда фирмы. Факторы микро- и макросреды. - Анализ маркетинговой среды фирмы	6	**1**
	Практические занятия: - Выполнение анализа маркетинговой среды фирмы	2	**3**
	Самостоятельная работа студента. - Определение и оформление в виде схемы факторы микросреды предприятия ЖКХ - Оформление конспекта на тему «функции маркетинга»	3	
Тема 1.2. Управление маркетингом	**Содержание учебного материала**	**38**	
	- Анализ рыночных возможностей (маркетинговая информация, исследования, инструменты маркетинга) - Отбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга - Разработка товара фирмы - Изучение жизненного цикла товара - Методы распространения товара, товародвижение, сбыт. - Продвижение товара. Организация рекламной компании. - Ценовое регулирование. Стратегическое планирование в маркетинге	14	2

	Практические занятия: - Разработка товара фирмы и представление его - Разработка упаковки товара и представление ее - Разработка жизненного цикла товара - Продвижение товара - Организация рекламной компании	10	3
	Самостоятельная работа студента. - Содержание и источники маркетинговой информации строительной фирмы - Классификация товаров широкого потребления - Для выполнения практической работы по разработке товара продумать состав комплекта товара для строительных нужд - Подготовка и оформление доклада по принятым решениям по вопросу ЖЦТ - Подготовка и оформление доклада по принятым решениям по вопросу сбыта товара - Подготовка и оформление доклада по принятым решениям по стимулированию сбыта - Подготовка и оформление доклада по принятым решениям по вопросам рекламы	**14**	
Раздел 2.Маркетинг организации		**42**	
Тема 2.1	**Содержание учебного материала**	**42**	
Маркетинг организации	- Роль маркетинга в управлении организацией. Маркетинговая среда организации - Информационное и коммуникационное обеспечение маркетинга. Анализ спроса на объекты капитального строительства - Формирование конкурентоспособной строительной продукции (КСП). Система ценообразования. - Сбытовая деятельность предприятия. Элементы теории управления запасами - Управление маркетингом в организации. Планирование в маркетинге	20	2

	Практические занятия: - Создание и поддержание имиджа компании - Определение места маркетинга в строительной организации - Организация маркетинговых исследований - Анализ товарного ассортимента	8	3
	Самостоятельная работа студента. - построение организационной структуры управления маркетингом управляющей компании - подбор информации для формирования образа организации - оформление сайта фирмы - подбор материала для рекламных объявлений - выполнение расчетов для анализа товарного ассортимента - подбор задач для анализа маркетинговой ситуации на предприятии - подготовка к контрольной работе	**14**	3
	Дифференцированный зачет	**2**	
Всего:		**94**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета менеджмента и маркетинга.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия: демонстрационные плакаты, раздаточный материал;
- учебные фильмы по некоторым разделам дисциплины;

Технические средства обучения: - компьютер, мультимедиа комплекс

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники :

1. Барышев А.Ф. Маркетинг. Академия, 2012
2. Мурахтанова Н.М. Маркетинг. Сборник практических задач и ситуаций Академия, 2012
3. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.— 197 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4983.html.— ЭБС «IPRbooks»

Дополнительные источники:

1. Кнышова Е.Н.Маркетинг.Форум.2014
2.Методические рекомендации по организации внеаудиторной самостоятельной работы по дисциплине ОП. 06. Маркетинг, 2017.
3.Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине ОП. 06. Маркетинг, 2017
4. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Безрутченко Ю.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 233 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/5999.html.— ЭБС «IPRbooks»

Интернет - ресурсы (И - Р):

И-Р 1. Маркетолог. ру. Форма доступа: http://www.marketolog.ru/
И-Р 2. Всем, кто учится. Форма доступа: http://www.alleng.ru/

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
освоенные умения:	
Проводить маркетинговые исследования, использовать информацию о рынке, определять товарную номенклатуру, товародвижение и сбыт;	• оценка защиты практических работ
усвоенные знания:	
- принципы и стратегию маркетинга	• оценка защиты практических работ • оценка отчетов по самостоятельной работе; • оценка письменных и устных опросов; • оценка тестирования; • дифференцированный зачет
- рынок как объект маркетинга	
- потребительское поведение	
-комплекс маркетинга: продукт(услуги), продвижение, цена, сегментация и позиционирование товара(услуги)	