

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Улан-Удэнский колледж железнодорожного транспорта -  
филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Иркутский государственный университет путей сообщения»  
(УУКЖТ ИргУПС)

## **РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.11. МАРКЕТИНГ**

**для специальности**

**43.02.06 Сервис на транспорте (по видам транспорта)**

*Базовая подготовка  
среднего профессионального образования*

*Очная форма обучения на базе  
основного общего образования / среднего общего образования*

УЛАН-УДЭ 2020

Рабочая учебная программа дисциплины разработана за счет вариативной части учебного плана специальности 43.02.06 Сервис на транспорте (по видам транспорта),(базовая подготовка)

РАССМОТРЕНО

ЦМК специальности

38.02.01, 43.02.06

протокол № 7 от «17» июня 2020 г.


Председатель ЦМК

  
(подпись)

А.Г. Клименко  
(И.О.Ф)

СОГЛАСОВАНО

Зам. директора колледжа по УВР

  
(подпись) О.Н. Иванова  
(И.О.Ф)

« 17 » июня 2020 г.

Разработчик: *Клименко А.Г.*, преподаватель высшей квалификационной категории УУКЖТ УУИЖТ

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>стр. 4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>6</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>10</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>11</b>
<b>5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ УЧЕБНУЮ ПРОГРАММУ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>14</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОП.11 Маркетинг

### 1.1. Область применения рабочей учебной программы

Рабочая учебная программа дисциплины является вариативной частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 43.02.06 Сервис на транспорте (по видам транспорта), укрупненной группы 43.00.00 Сервис и туризм

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** входит общепрофессиональные дисциплины профессионального учебного цикла.

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен уметь:

- использовать знания и умения в области маркетинга при изучении профессиональных модулей и в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- принципы и стратегию маркетинга;
- рынок как объект маркетинга;
- потребительское поведение;
- комплекс маркетинга: продукт (услуга), продвижение, цена;
- сегментацию рынка и позиционирование продуктом (услугой)

Формируемые общие компетенции, включающие в себя способность:

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.

Формируемые профессиональные компетенции, включающие в себя способность:

ПК 1.1. Бронировать перевозку пассажиров на транспорте.

ПК 1.5. Обеспечивать финансовые расчеты с пассажирами и грузоотправителями.

ПК 2.1. Организовывать и предоставлять пассажирам информационно-справочное обслуживание в пунктах отправления и прибытия транспорта.

ПК 3.2. Выполнять мероприятия по обеспечению безопасности на транспорте.

#### **1.4. Количество часов на освоение рабочей учебной программы дисциплины:**

Очная форма обучения на базе основного общего образования / среднего общего образования:

объем ОП — 70 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 48 часов;

самостоятельной работы обучающегося — 22 часа.

## СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения на базе основного общего образования / среднего общего образования

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Объем ОП</b>	<i>70</i>
<b>Во взаимодействии с преподавателем (всего)</b>	<i>48</i>
в том числе:	
лекция, урок	<i>38</i>
практические занятия	<i>10</i>
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<i>22</i>
том числе:	
проработка конспектов лекций, учебной литературы,	<i>10</i>
Составление конспектов, выполнение, рефератов, заполнение таблиц, решение ситуационных задач	<i>7</i>
Подготовка к практическим занятиям, оформление отчетов по практическим работам	<i>5</i>
Промежуточная аттестация в форме <i>дифференцированного зачета - 3 семестр / 1 семестр</i>	

## 2.2. Тематический план и содержание дисциплины ОП 11. Маркетинг

Очная форма обучения на базе основного общего образования / среднего общего образования

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Компетенции
1	2		3	4
<b>3 семестр, 2 курс/ 1 семестр 1 курс</b>				
<b>Раздел 1. Основы маркетинга</b>			<b>22</b>	
<b>Тема 1.1. Сущность маркетинга</b>	Содержание учебного материала		4	ОК.1, ОК.9 ПК 1.1, ПК 2.1
	1	<b>Маркетинг как экономическая категория.</b> Основные понятия маркетинга. История развития маркетинга. Принципы и функции маркетинга. Управление и комплекс маркетинга. Особенности маркетинга в системе железнодорожного транспорта. (1 уровень)	2	
	2	<b>Концепции управления маркетингом.</b> Концепции рыночной экономики(1 уровень)	2	
	Самостоятельная работа Проработка учебной литературы [1.1] глава 1, [2.1] глава 1 Концепции инструментов маркетинга (цена, рынок, обмен, потребность, товар) опорный конспект.		2	
<b>Тема 1.2. Маркетинговая информация и маркетинговое исследование</b>	Содержание учебного материала		6	ОК2, ОК5, ПК 2.1 ОК.4, ПК 1.1, ПК 1.5, 3.2
	1	<b>Понятие, значение и сущность маркетинговой информации.</b> Вспомогательные системы маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация. (1 уровень)	2	
	2	<b>Содержание процесса маркетинговых исследований.</b> Методы маркетинговых исследований(1 уровень)	2	
	3	<b>Маркетинговая среда.</b> Факторы образующие маркетинговую среду(2 уровень)	2	
	Самостоятельная работа Проработка учебной литературы [1.1] глава 3 тема: Основные силы, действующие в микросреде. Решение ситуационных задач.		4	
<b>Тема 1.3. Покупательское поведение потребителей</b>	Содержание учебного материала		2	ОК.3, ОК.8 ПК 1.1, 1.5, 2.1  ОК.2,8
	1	<b>Модель покупательского поведения.</b> Основные характеристики покупателей. Реакция покупателей на покупку. (1 уровень)	2	
	<b>Практические занятия</b> <b>Практическое занятие 1 Основы современного маркетинга (2 уровень)</b>		2	
	Самостоятельная работа Проработка учебной литературы [1.1] гл.2, поиск информации в интернете «Процесс принятия решения о покупке».		2	
<b>Раздел 2. Основные стратегии</b>			<b>26</b>	
<b>Тема. 2.1. Сегментирование рынка</b>	Содержание учебного материала		4	ОК4, 9, ПК1.1. 1.5 ОК.4, ПК 2.1
	1	<b>Понятие и роль сегментов рынка.</b> Понятие целевого маркетинга. Способы и стратегии охвата рынка. (1 уровень)	2	
	2	<b>Позиционирование товара на рынке.</b> Пути позиционирования товара на рынке. (2 уровень)	2	
	Самостоятельная работа Проработка учебной литературы [1.1] гл. 5, «Принципы сегментирования». Проработка учебной литературы [1.1] гл. 9, Заполнить таблицу «Маркетинговые стратеги».		2	

1	2	3	4		
<b>Тема 2.2. Основы товарной политики</b>	Содержание учебного материала		4	ПК 1.1.,2.1,3.2	
	1	<b>Понятие товара в маркетинге.</b> Классификация товаров. Понятие нового товара в маркетинговой системе. Стратегия разработки нового товара. (1 уровень)			2
	2	<b>Разработка новых товаров.</b> Основные этапы разработки товара-новинки (2 уровень)	2	ОК 3,8	
	<b>Практические занятия</b> <b>Практическое занятие 2 Способы позиционирования товара на рынке</b> (3 уровень)		2	ОК.5,8 ПК 1.1.,2.1,3.2	
	Самостоятельная работа Проработка учебной литературы [1.1] гл. 5, Заполнить таблицу «Концепция жизненного цикла товара»		3		
<b>Тема 2.3. Ценообразование в маркетинге</b>	Содержание учебного материала		6	ОК.1,ОК.4 ПК 1.5, ПК 2.1	
	1	<b>Понятие и сущность цены.</b> Типы рынков в зависимости от ценообразования. Цели ценообразования. Зависимость цены от спроса. (1 уровень)			2
	2	<b>Методы ценообразования.</b> Факторы, влияющие на установление цены продукта. (1 уровень)			2
	3	<b>Виды ценовой стратегии.</b> (2 уровень)	2		
	<b>Практические занятия</b> <b>Практическое занятие 3 Ценообразование</b> (2 уровень)		2	ОК.1,ОК.4 ПК 1.5,	
Самостоятельная работа: Подготовка рефератов на тему: «Управление ценами: скидки и демпинг» Проработка учебной литературы [1.1] глава 6		3			
<b>Раздел 3. Сбытовая функция маркетинга</b>		<b>22</b>			
<b>Тема 3.1. Организация товародвижения</b>	Содержание учебного материала		6	ОК.6 ПК 1.1. , 1.5 ПК 2.1, ПК 3.2	
	1	<b>Понятие товародвижения.</b> Природа и цели товародвижения. Организация товародвижения. Значение посредников и каналов распределения и сбыта. Функции каналов товародвижения. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. (2 уровень)			2
	2	<b>Сущность сбытовой политики.</b> Оптовая и розничная торговля. Маркетинговая логистика. (2 уровень)			2
	3	<b>Организация сервиса.</b> (2 уровень)	2		
Самостоятельная работа Поиск информации в интернете Подготовка рефератов на тему «Типы посредников». решение ситуационных задач.		2			
<b>Тема 3.2. Маркетинговые коммуникации</b>	Содержание учебного материала		4	ОК.1-ОК.9 ПК 1.1. , 1.5 ПК 2.1, ПК 3.2	
	1	<b>Понятие ФОССТИС, его составные части и средства.</b> Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, метод прямых продаж. (1 уровень)			2
	2.	<b>Связи с общественностью.</b> Цель работы по связям с общественностью. Формы PR (2 уровень)	2		
	<b>Практические занятия</b> <b>Практическое занятие 4 PR - связь с общественностью</b> (3 уровень)		2	ОК.6,7 ПК 1.1, 1.5, 2.1, 3.2	
Самостоятельная работа Составление конспекта по темам: «Методы и формы распространения товаров», «Этапы процесса маркетинговой коммуникации».. Проработка учебной литературы [1.1] глава 10		2			



1	2	3	4
Тема. 3.3. Рекламное дело	Содержание учебного материала		
	1   Рекламная деятельность. Виды рекламы. Правила рекламы. Законодательство о рекламе. (2 уровень)	2	ОК.4
	Практические занятия Практическое занятие 5 Разработка рекламного обращения. (3 уровень)	2	ПК 1.1. , 1.5 ПК 2.1, ПК 3.2
	Самостоятельная работа: Проработка учебной литературы [1.1] глава 11, Стили рекламного обращения. Этапы процесса создания рекламы.	2	
<b>Всего:</b>		<b>70</b>	
<b>В том числе:</b>			
лекция, урок		<b>38</b>	
практические занятия		<b>10</b>	
самостоятельная работа		<b>22</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение**

Рабочая учебная программа дисциплины реализуется в учебном кабинете «Гуманитарных и социально-экономических дисциплин».

Оборудование учебного кабинета:

- рабочее место преподавателя;
- рабочие места для обучающихся;
- комплект нормативных документов;
- наглядные пособия (стенды);
- учебно-методический комплекс дисциплины.

Технические средства обучения:

- переносное мультимедийное оборудование.

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

1. Основные источники:

1.1. Карпова, С. В. Основы маркетинга: учебник для СПО / под общ. ред. С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-534-08748-2.

2. Дополнительные источники:

2.1. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8980-9.

3. Интернет ресурсы:

3.1. Сайт Онлайн энциклопедия маркетинга - <http://marketopedia.ru>

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
уметь использовать знания и умения в области маркетинга при изучении профессиональных модулей и в профессиональной деятельности;	Выполнение практических работ 1-5, самостоятельная работа студентов Дифференцированный зачет
знать принципы и стратегию маркетинга;	Выполнение практических работ 1-5, самостоятельная работа студентов Дифференцированный зачет
рынок как объект маркетинга;	Выполнение практических работ 1-5, самостоятельная работа студентов Дифференцированный зачет
потребительское поведение;	Выполнение практических работ 1-5, самостоятельная работа студентов Дифференцированный зачет
комплекс маркетинга: продукт (услуга), продвижение, цена;	Выполнение практических работ 1-5, самостоятельная работа студентов Дифференцированный зачет
сегментацию рынка и позиционирование продуктом (услугой)	Выполнение практических работ 1-5, самостоятельная работа студентов Дифференцированный зачет

Результаты (формируемые общие и профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки (с применением активных и интерактивных методов)
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- проявление интереса к будущей профессии.	Наблюдение и оценка на практических и семинарских занятиях. Внеаудиторных мероприятиях.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и	- обоснования выбора и применения методов и способов решения	Наблюдение и оценка на практических занятиях

способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	профессиональных задач в области разработки первичных учетных документов и документов управления бухгалтерскими процессами.	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- обнаружение способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Наблюдение и оценка на практических и семинарских занятиях.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	-нахождение и использования информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Наблюдение и оценка на практических и семинарских занятиях.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	-проявление навыков использования информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности.	Наблюдение и оценка на практических и семинарских занятиях.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения.	Наблюдение и оценка на практических и семинарских занятиях.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий.	Наблюдение и оценка на практических и семинарских занятиях.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня.	Наблюдение и оценка на практических и семинарских занятиях.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности	Наблюдение и оценка на практических и семинарских занятиях. Внеаудиторных мероприятиях.
ПК 1.1. Бронировать перевозку пассажиров на транспорте.	Четкое представление о способах организации бронирования пассажирских мест на транспорте;	Наблюдение и оценка на практических и семинарских занятиях. Дифференцированный зачет
ПК 1.5. Обеспечивать финансовые расчеты с пассажирами и грузоотправителями	Точное определение транспортного тарифа за перевозку;	Наблюдение и оценка на практических и семинарских занятиях. Дифференцированный зачет

<p>ПК 2.1. Организовывать и предоставлять пассажирам информационно-справочное обслуживание в пунктах отправления и прибытия транспорта.</p>	<p>умелое использование технологии информационно-справочного обслуживания</p>	<p>Наблюдение и оценка на практических и семинарских занятиях. Дифференцированный зачет</p>
<p>ПК 3.2. Выполнять мероприятия по обеспечению безопасности на транспорте.</p>	<p>понятие надежности и безопасности; обоснование системы взаимодействия службы безопасности транспорта с другими службами</p>	<p>Наблюдение и оценка на практических и семинарских занятиях. Внеаудиторных мероприятиях. Дифференцированный зачет</p>

**5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ УЧЕБНУЮ ПРОГРАММУ ДИСЦИПЛИНЫ**

№	Дата внесения изменения	№ страницы	До внесения изменения	После внесения изменения
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				

