

ОГБПОУ «КОСТРОМСКОЙ АВТОТРАНСПОРТНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

23.02.03.«Техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта»
(базовая подготовка)

Программа профессиональной дисциплины «Маркетинг»
разработана на основе Федеральных государственных
образовательных стандартов (далее – ФГОС) по специальности
23.02.03 Техническое обслуживание и ремонт автомобильного
транспорта.

Организация-разработчик: Костромской автотранспортный
колледж

Разработчики:

Якимец Марина Владимировна преподаватель экономических
дисциплин.

Рекомендована методическим советом ОГБПОУ "Костромской
автотранспортный колледж"

Заключение методического совета

№ _____ от « ____ » _____ 20__ г.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	13

1. ПАСПОРТ П ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

1.1. Область применения программы

Программа профессиональной дисциплины (далее программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО / профессии (профессиям) НПО

23.02.03 – Техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта
в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

Изучение студентами основ маркетинга, как концепции рыночного управления производством с целью получения максимальной прибыли и роста объёма автотранспортных услуг, и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выявлять виды и разновидности потребностей, спрос, средства их удовлетворения, изучать конъюнктуру рынка.
2. Обеспечивать продвижение товаров через каналы распределения, формировать спрос с использованием методов маркетинговых коммуникаций.
3. Принимать участие в проведении маркетинговых исследований и разработке комплекса маркетинговых мероприятий.
4. Анализировать товарную политику автотранспортных организаций, участвовать в её разработке.
5. Классифицировать автотранспортные услуги по разным признакам, выявлять и учитывать факторы, влияющие на их качество.
6. Способствовать формированию и поддержанию потребительских предпочтений, проводить маркетинговые исследования по изучению потребительских предпочтений.
7. Определять факторы, влияющие на поведение потребителей автотранспортных услуг, управлять этим поведением.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в качестве программы повышения квалификации

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения профессиональной дисциплины

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

планировании и организации работ производственного поста участка;
проверке качества выполняемых работ;
оценки экономической эффективности производственной деятельности;
обеспечение безопасности труда на производственном участке.

уметь:

планировать работу участка по установленным срокам;
осуществлять руководство работой производственного участка;
своевременно подготавливать производство;
обеспечивать рациональную расстановку рабочих;
контролировать соблюдение технологических процессов;
оперативно выполнять и устранять причины их нарушения;
проверять качество выполняемых работ;
осуществлять производственный инструктаж рабочих;
анализировать результаты производственной деятельности участка;
обеспечивать правильность и своевременность оформления первичных документов;
организовывать работу по повышению квалификации
рассчитывать по принятой методике технико-экономические показатели производственной деятельности;

знать:

действующие законодательные акты регулирующие производственно-хозяйственную деятельность;
положения действующей системы менеджмента;
методы нормирования и формы оплаты труда;
основы управленческого учёта;
основные технико-экономические показатели производственной деятельности;
порядок разработки и оформления технической документации

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессиональной дисциплины:

всего 85 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 57 часов, включая:

в том числе практические работы - 2 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 28 часов;

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности

Изучение конъюнктуры рынка, выявление и формирование спроса на товары

в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Планировать и организовывать работы по техническому обслуживанию и ремонту автотранспорта.
ПК 2.2.	Контролировать и оценивать качество работы исполнителей работ.
ПК 2.3.	Организовывать безопасное ведение работ при техническом обслуживании и ремонте автотранспорта
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 и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникативные 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 задания
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
ОК 10	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)

3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля (СПО)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 2.1-2.3., ОК 1-10 .	РАЗДЕЛ 1. Маркетинга	85	57	2		28				
	Всего:	85	57	2	-----	28	-----			

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся.	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел ПМ 02. Организация деятельности коллектива			
МДК 01.02 Управление коллективом исполнителей (Маркетинг)			
Тема 1.1. Социально-экономическая сущность и функции маркетинга	Содержание учебного материала	8	2
	1. Содержание понятия маркетинг. Основные компоненты концепции маркетинга. «Рынок продавцам» и «рынок покупателям». Определение маркетинга.	2 2	
	2. Цели задачи и принципы маркетинга автотранспортной организации. Система маркетинга автотранспортной организации. Контрольное тестирование № 1	2 2	
Тема 1.2. Система маркетинговых исследований	Содержание учебного материала	8	2
	1. Сущность принципы и методы, маркетинговых исследований. Маркетинговое исследование. Этапы маркетинговых исследований. Направления маркетинговых исследований. Исследование маркетинговой бизнес среды и внутренних факторов автотранспортных организаций	2 2	
	2. Сегментирование рынка. Признаки сегментации. Процесс сегментации рынка автотранспортных услуг. Анализ производственно-хозяйственной деятельности автотранспортных организаций и маркетинговые исследования	2 2	

Тема 1.3. Товар и товарная политика		Содержание учебного материала	14	2
	1	Товар в рыночных условиях. Три уровня товара по Ф. Котлеру. Классификация товаров.	2	
	2	Жизненный цикл товара. Виды отдельных жизненных циклов. Маркетинговая тактика на разных фазах жизненного цикла. Маркетинговые характеристики стадий жизненного цикла автотранспортной услуги.	2 2	
	3	Товарный знак, упаковка и маркировка товара. Принципы и условия применения товарного знака. Основные требования, предъявляемые к упаковке.	2	
	4	Товарная политика и ассортимент. Схема элементов товарной политики. Цели и условия товарной политики. Формирование товарного ассортимента. Характеристика товарного ассортимента и возможности его расширения	2	
	5	Новые товары и организация сервиса. Позиционирование. Основные задачи службы сервиса. Возможные методы осуществления сервиса.	2	
	6	Товар на автомобильном транспорте (автотранспортная услуга). Структура транспортно-логистического обслуживания Контрольное тестирование № 3	2	
Тема 1.4. Реализация товара		Содержание учебного материала	4	2
	1	Природа каналов распределения. Сравнение маркетинговой и сбытовой концепции. Посредники. Лизинг как форма реализации (сбыта) товарной продукции	2 2	
Тема 1.5. Система маркетинговых коммуникаций		Содержание учебного материала	6	2
	1	Понятие и структура массовых коммуникаций. Социально-экономическая сущность маркетинговых коммуникаций	2	
	2	Реклама. Цели рекламы. Виды рекламы	2	
		Практическая работа Разработка различных видов форм рекламы	2	

Тема 1.6. Управление маркетингом на предприятии		Содержание учебного материала	4	2
	1	Сущность, значение и основные этапы процесса управления маркетингом на предприятии. Процесс управления маркетингом АТО. Планирование и контроль маркетинга. Маркетинговые организационные структуры	2 2	
Тема 1.7. Бизнес-план и его связь с программой маркетинга.		Содержание учебного материала	3	2
	1	Маркетинговые стратегии, план и программа. Основные этапы разработки стратегического плана маркетинга. Бизнес-план, структура, содержание. Задачи разработки бизнес-плана.	2 1	
Тема 1.8. Ценовая политика автотранспортных предприятий		Содержание учебного материала	4	2
	1	Цели и методы ценовой политики автотранспортных предприятий (АТП). Методы ценовой политики, ориентированные на предприятие: полное возмещение затрат с достижением намеченной прибыли (график безубыточности), частичное возмещение затрат, цены с учётом уровня предельных издержек.	4	
Тема 1.9. Реализация автотранспортных услуг		Содержание учебного материала	2	
	1	Реклама как мощное средство продвижение автотранспортных услуг. Оценка её эффективности. Реклама в специальных справочниках.	2	
Тема 2.0. Стратегия конкуренции автотранспортных предприятий.		Содержание учебного материала	2	
	1	Понятие конкурентоспособности товара (услуги) автотранспортного предприятия.	2	
Тема 2.1. Коммерческая деятельность автотранспортного предприятия		Содержание учебного материала	4	
	1	Уставная деятельность предприятий автомобильного транспорта: основная и дополнительная. Дифференцированный зачёт	2 2	

Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 03.		
<p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).</p> <p>Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ.</p>		
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:	28	3
<p>По теме 1.1. «Социально-экономическая сущность маркетинга»</p> <p>Подготовить сообщение: « Жизнь и деятельность Филиппа Котлера»</p> <p>Подготовить опорный конспект на тему: «Классификация признаков маркетинга».</p>	2 1	3
<p>По теме 1.2. «Система маркетинговых исследований»</p> <p>Составить опорный конспект на тему: « Исследование маркетинговой бизнес-среды и внутренних факторов автотранспортной организации».</p>	2 1	3
<p>По теме 1.3. «Товар и товарная политика»</p> <p>Подготовить опорный конспект на темы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Процесс разработки автотранспортной услуги. • Качество автотранспортной услуги. • Конкуренция и конкурентоспособность. 	2 1	3
<p>По теме 1.4. «Реализация товара»</p> <p>Подготовить сообщения на тему:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Процесс разработки автотранспортной услуги. • Качество автотранспортных услуг. 	2 1	3
<p>По теме 1.5. «Система маркетинговых коммуникаций»</p> <p>Составить опорный конспект:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «Виды и характеристики рекламы на автомобильном транспорте». • Основные требования, предъявляемые рекламе на автотранспорте». 	2 1	3

По теме 1.6. «Управление маркетингом на предприятии». Подготовить сообщение на тему: «Концепции маркетингового управления».	2	3
По теме 1.7. «Бизнес-план и его связь с программой маркетинга» Подготовить сообщение на тему: «Положительные и отрицательные стороны в бизнес-планировании».	2	3
По теме 1.8. «Ценовая политика автотранспортной организации». Составить опорный конспект по темам* <ul style="list-style-type: none"> • Маркетинговые ценовые стратегии. • Функционально-стоимостной анализ в маркетинге. 	1 2 1	3
По теме 1.9. «Реализация автотранспортных услуг». Подготовить сообщения на тему: <ul style="list-style-type: none"> • «Методы и факторы реализации автотранспортной услуги». 	2 1	3
По теме 2.0. «Стратегия, конкуренция автотранспортных услуг» Подготовить опорный конспект на тему: «Методы и факторы не добросовестной конкуренции»	2	3
По теме 2.1. «Коммерческая деятельность автотранспортного предприятия» Подготовить опорные конспекты на тему: <ul style="list-style-type: none"> • «Выработка коммерческой стратегии на автотранспортном предприятии». • «Диверсии и диверсификации на автотранспорте». 	2	3

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Маркетинг»

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета

- Стол, компьютер, интерактивная доска, для преподавателя
- Столы и компьютеры для студентов
- Комплект учебно-методической документации
- Электронные учебники
- Электронные видеоматериалы
- Электронные плакаты

Технические средства обучения:

- Мультимедийное оборудование
- Принтер
- Цифровая видеокамера, фотоаппарат, web-камера
- Внешние накопители информации
- Подключение к сети Интернет

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Г. А Васильева. Учебное пособие для СПО «Маркетинг» 2009 г.
2. А.А. Бачурин., Учебное пособие для студентов учреждений СПО Маркетинг на автомобильном транспорте. 2010 г
3. Маркетинг товаров и услуг: Учебник.- М.:ФОРУМ:ИНФРА-М,2007

Дополнительные источники:

1. Маркетинг/ Под ред. А. И. Романова.- М.:Банки и биржи, ЮНИТИ 2006
2. Практикум по маркетингу /Под ред. проф.Л.П. Дашкова.- 2.е изд.- М.: И.т.к. «Дашков и К»,2008
3. Н.М. Мурахтанова, Е.И. Ерёмина, сборник практических задач для студентов профессиональных учебных заведений. Маркетинг: сборник практических задач и ситуаций. 2009 г

Интернет ресурсы

www.marketolog.ru – сайт гильдии маркетологов.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Перед изучением модуля обучающиеся изучают следующие дисциплины, «Безопасность жизнедеятельности» « Экономика отрасли и предприятия», «Менеджмент»

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

Наличие высшего или высшего педагогического образования, соответствующего профилю модуля «Изучение конъюнктуры рынка, выявление и формирование спроса на товары»

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Педагогический состав: средне-профессиональное или высшее образование, соответствующее профилю модуля

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, учебной практики, а также при выполнении обучающихся индивидуальных заданий.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация интереса к будущей специальности товароведа	Экспертное наблюдение
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– выбор и применение методов и способов решения по изучению конъюнктуры рынка, выявлению и формированию спроса на товары. -демонстрация эффективности и качества выполнения задач, стоящих перед товароведом.	Экспертное наблюдение
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач по изучению конъюнктуры рынка, выявлению и формированию спроса на товары.	Экспертное наблюдение

<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные для изучения конъюнктуры рынка, выявления и формированию спроса на товары.</p>	<p>Экспертное наблюдение</p>
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>– решение нетиповых профессиональных задач с привлечением самостоятельно найденной информации; - оформление результатов самостоятельной работы с использованием ИКТ (презентация, реферат и пр.)</p>	<p>Экспертное наблюдение</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>– взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; - выполнение обязанностей в соответствии с ролью в группе; - участие в планировании организации групповой работы;</p>	<p>Экспертное наблюдение</p>
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.</p>	<p>самоанализ и коррекция результатов собственной работы</p>	<p>Экспертное наблюдение</p>
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Самоанализ и коррекция результатов собственной работы</p>	<p>Экспертное наблюдение</p>
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p>	<p>Самоанализ и коррекция результатов собственной работы</p>	<p>Экспертное наблюдение</p>
<p>ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)</p>	<p>Самоанализ и коррекция результатов собственной работы</p>	<p>Экспертное наблюдение</p>