

**ОГБПОУ «КОСТРОМСКОЙ АВТОТРАНСПОРТНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

**ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

# **Маркетинг**

23.02.03.«Техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта»  
(углубленный курс)

Кострома 2015

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.
<b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	5
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	7
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	8
<b>4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	12
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	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 108 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 72 часов, включая:

в том числе практические работы - 12 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 36 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	108	72	12		36				
	<b>Всего:</b>	<b>108</b>	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>-----</b>	<b>36</b>	<b>-----</b>			

### 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)			
<b>Тема 1.1. Социально-экономическая сущность и функции маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	<b>2</b>
	1. Содержание понятия маркетинг. Основные компоненты концепции маркетинга. «Рынок продавцам» и «рынок покупателям». Определение маркетинга.	4 2	
	2. Цели задачи и принципы маркетинга автотранспортной организации. Система маркетинга автотранспортной организации. Контрольное тестирование № 1	2 2 2	
<b>Тема 1.2. Система маркетинговых исследований</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	<b>2</b>
	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 2	



<b>Тема 1.3. Товар и товарная политика</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>24</b>	<b>2</b>
	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 2 2	
	5	Новые товары и организация сервиса. Позиционирование. Основные задачи службы сервиса. Возможные методы осуществления сервиса.	2 2	
	6	Товар на автомобильном транспорте (автотранспортная услуга). Структура транспортно-логистического обслуживания Контрольное тестирование № 3	2 2 2	
<b>Тема 1.4. Реализация товара</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2/48</b>	<b>2</b>
	1	Природа каналов распределения. Сравнение маркетинговой и сбытовой концепции. Посредники. Лизинг как форма реализации (сбыта) товарной продукции	2	
<b>Тема 1.5. Система маркетинговых коммуникаций</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6/54</b>	<b>2</b>
	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	
<b>Тема 1.6. Управление маркетингом на предприятии</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4/58</b>	<b>2</b>
	1	Сущность, значение и основные этапы процесса управления маркетингом на предприятии. Процесс управления маркетингом АТО. Планирование и контроль маркетинга. Маркетинговые организационные структуры	2 2	
<b>Тема 1.7. Бизнес-план и его связь с программой маркетинга.</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4/62</b>	<b>2</b>
	1	Маркетинговые стратегии, план и программа. Основные этапы разработки стратегического плана маркетинга. Бизнес-план, структура, содержание. Задачи разработки бизнес-плана.	2 2	
<b>Тема 1.8. Ценовая политика автотранспортных предприятий</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2 /64</b>	<b>2</b>
	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.	2	
<b>Тема 1.9. Реализация автотранспортных услуг</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2/66</b>	
	1	Реклама как мощное средство продвижение автотранспортных услуг. Оценка её эффективности. Реклама в специальных справочниках.	2	
<b>Тема 2.0. Стратегия конкуренции автотранспортных предприятий.</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2/68</b>	
	1	Понятие конкурентоспособности товара (услуги) автотранспортного предприятия.	2	
<b>Тема 2.1. Коммерческая деятельность автотранспортного предприятия</b>		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4/72</b>	
	1	Уставная деятельность предприятий автомобильного транспорта: основная и дополнительная.	2	
		Дифференцированный зачёт	2	

<b>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 03.</b>		
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ.		
<b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b>	<b>36</b>	<b>3</b>
По теме 1.1. «Социально-экономическая сущность маркетинга» Подготовить сообщение: « Жизнь и деятельность Филиппа Котлера» Подготовить опорный конспект на тему: «Классификация признаков маркетинга».	2 2	<b>3</b>
По теме 1.2. «Система маркетинговых исследований» Составить опорный конспект на тему: « Исследование маркетинговой бизнес-среды и внутренних факторов автотранспортной организации».	2 2	<b>3</b>
По теме 1.3. «Товар и товарная политика» Подготовить опорный конспект на темы: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Процесс разработки автотранспортной услуги.</li> <li>• Качество автотранспортной услуги.</li> <li>• Конкуренция и конкурентоспособность.</li> </ul>	2 2	<b>3</b>
По теме 1.4. «Реализация товара» Подготовить сообщения на тему: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Процесс разработки автотранспортной услуги.</li> <li>• Качество автотранспортных услуг.</li> </ul>	2 2	<b>3</b>

<p>По теме 1.5. «Система маркетинговых коммуникаций» Составить опорный конспект:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• «Виды и характеристики рекламы на автомобильном транспорте».</li> <li>• Основные требования, предъявляемые рекламе на автотранспорте».</li> </ul>	2 2	3
<p>По теме 1.6. «Управление маркетингом на предприятии». Подготовить сообщение на тему: «Концепции маркетингового управления».</p>	2	3
<p>По теме 1.7. «Бизнес-план и его связь с программой маркетинга» Подготовить сообщение на тему: «Положительные и отрицательные стороны в бизнес-планировании».</p>	2	3
<p>По теме 1.8. «Ценовая политика автотранспортной организации». Составить опорный конспект по темам*</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Маркетинговые ценовые стратегии.</li> <li>• Функционально-стоимостной анализ в маркетинге.</li> </ul>	2 2 2	3
<p>По теме 1.9. «Реализация автотранспортных услуг». Подготовить сообщения на тему:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• «Методы и факторы реализации автотранспортной услуги».</li> </ul>	2	3
<p>По теме 2.0. «Стратегия, конкуренция автотранспортных услуг» Подготовить опорный конспект на тему: «Методы и факторы не добросовестной конкуренции»</p>	2	3
<p>По теме 2.1. «Коммерческая деятельность автотранспортного предприятия» Подготовить опорные конспекты на тему:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• «Выработка коммерческой стратегии на автотранспортном предприятии».</li> <li>• «Диверсии и диверсификации на автотранспорте».</li> </ul>	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](http://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 обучающимися 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>