МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

**«РОСТОВСКИЙ-НА-ДОНУ КОЛЛЕДЖ СВЯЗИ И ИНФОРМАТИКИ»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

**ОП.10 «Маркетинг»**

программы подготовки специалистов среднего звена

для специальности

**10.02.04 «Обеспечение информационной безопасности телекоммуникационных систем»**

(базовой подготовки)

г. Ростов-на-Дону

2022 г.

|  |  |
| --- | --- |
| **ОДОБРЕНО**  На заседании цикловой комиссии  «Экономика и управление»  Протокол № 1 от 31 августа 2022 года  Председатель ЦК  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О.О. Шумина | **УТВЕРЖДАЮ:**  Зам. директора по НМР  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.В.Подцатова  «31» августа 2022 г. |

Рабочая программа вариативной учебной дисциплины ОП.10 «Маркетинг» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 10.02.04 «Обеспечение информационной безопасности телекоммуникационных систем», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1551 от 9 декабря 2016г., зарегистрированного Министерством юстиции зарегистрированного Министерством юстиции (рег. № 44944 от 26 декабря 2016 г).

Вариативная дисциплина ОП.10 «Маркетинг» профессиональной деятельности по специальности 10.02.04 «Обеспечение информационной безопасности телекоммуникационных систем» утверждена на метод совете протокол № 1 от 31 августа 2022 г. Перечень знаний, умений и практического опыта с учетом потребностей работодателей и особенностей региона, науки и технологии утвержден на заседании цикловой комиссии протокол, в рамках, установленных ФГОС.

Организация-разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Ростовской области «Ростовский-на-Дону колледж связи и информатики»

Разработчик:

Чебоненко Т.Ф. – преподаватель государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Ростовской области «Ростовский-на-Дону колледж связи и информатики»

Рецензент:

Дороганова Л.В. – преподаватель государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Ростовской области «Ростовский-на-Дону колледж связи и информатики»

Яркова О.А. – преподаватель ГБПОУ РО «Ростовское многопрофильное профессиональное училище № 7»

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины………………………4
2. Структура и содержание учебной дисциплины……………………………5
3. Условия реализации рабочей программы учебной дисциплины…………9
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины…………11

**ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

* 1. **Область применения рабочей программы.**

Рабочая программа ОП.11 «Правовое обеспечение профессиональной деятельности» вариативной учебной дисциплины ОП.10 «Маркетинг» является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 10.02.04 «Обеспечение информационной безопасности телекоммуникационных систем» (базовой подготовки), разработана на основе ФГОС СПО.

Вариативная дисциплина ОП.10 «Маркетинг» профессиональной деятельности по специальности 10.02.04 «Обеспечение информационной безопасности телекоммуникационных систем» утверждена на метод совете протокол № 1 от 31 августа 2022 г. Перечень знаний, умений и практического опыта с учетом потребностей работодателей и особенностей региона, науки и технологии утвержден на заседании цикловой комиссии протокол, в рамках, установленных ФГОС.

Рабочая программа предназначена для студентов очной формы обучения.

* 1. **Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы.**

Учебная дисциплина ОП.10 «Маркетинг» относится к общему профессиональному циклу, является вариативной учебной дисциплиной, изучается в 4 семестре.

* 1. **Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины.**

Цель:

Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка в рамках своей профессиональной деятельности.

Задачи:

* проведение исследования и анализа рынка;
* принятие маркетинговых решений в рамках своей профессиональной деятельности на основе результатов исследований.

В результате изучения вариативной учебной дисциплины ОП.10 «Маркетинг» обучающийся должен:

**уметь:**

* проводить маркетинговые исследования рынка;
* учитывать особенности маркетинговой деятельности в российской экономике;
* проводить анализ факторов внешней среды организации;
* оценивать конкурентоспособность услуг

**знать:**

* сущность маркетинговой деятельности;
* концепции маркетинговой деятельности;
* виды маркетинговой информации;
* сущность маркетинговой среды и методы ее анализа;
* показатели оценки конкурентоспособности

**Иметь практический опыт:**проведения маркетинговых исследований рынка в рамках своей профессиональной деятельности

**Владеть общими компетенциями:**

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.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

**В рамках образовательной программы у обучающихся формируются личностные результаты**

|  |  |
| --- | --- |
| **Личностные результаты**  **реализации программы воспитания**  *(дескрипторы)* | **Код личностных результатов  реализации  программы  воспитания** |
| Осознающий себя гражданином и защитником великой страны | **ЛР 1** |
| Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций | **ЛР 2** |
| Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих | **ЛР 3** |
| Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа» | **ЛР 4** |
| Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России | **ЛР 5** |
| Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях | **ЛР 6** |
| Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой | **ЛР 10** |
| Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности | **ЛР 14** |
| Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем | **ЛР 15** |
| Экономически активный, предприимчивый, готовый к  самозанятости. | **ЛР21** |

**2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Количество часов** |
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)** | 38 |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)** | 38 |
| в том числе: |  |
| * теоретическое обучение | 28 |
| * практические занятия | 10 |
| **Итоговая аттестация** - дифференцированный зачет | |

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов дисциплины** | **Содержание учебного материала,**  **лабораторные работы и практические занятия,**  **самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Осваиваемые компетенции и результаты** |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| **Введение** | | **2** |  |
| Введение | Содержание учебного материала | 2 | ЛР1-ЛР6, ЛР10, ЛР14, ЛР15, ЛР21  ОК.01, ОК.02, ОК.03, ОК.04 |
| Содержание дисциплины и его задачи.  Связь с другими дисциплинами и МДК.  Значение дисциплины для подготовки специалистов высокой квалификации.  Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов. Организация контроля знаний.  Литература, используемая при изучении дисциплины. |
| **Раздел 1 Сущность маркетинга и его роль в экономике** | | **12** | ЛР1-ЛР6, ЛР10, ЛР14, ЛР15, ЛР21  ОК.02, ОК.03 |
| Тема 1.1 Понятие маркетинга | Содержание учебного материала | 4 |
| Сущность маркетинговой деятельности. Особенности маркетинга в условиях рыночной экономики. Связь маркетинга с другими экономическими науками. Цели и задачи маркетинговой деятельности. Принципы и функции маркетинга. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности |
| Тема 1.2 Концепции маркетинговой деятельности | Содержание учебного материала | 4 |
| Производственная концепция. Товарная концепция. Сбытовая концепция. Традиционный маркетинг. Концепция социально-этического маркетинга. |
| Тема 1.3 Товар, товарная политика. | Понятие товара (услуги). Классификация товаров и услуг. Товарная политика. Понятие товарного ассортимента и номенклатуры. Этапы жизненного цикла товара. | 2 |
| Практические занятие №1 | 2 |
| Исследование жизненного цикла товаров |
| **Раздел 2 Система маркетинговых исследований и маркетинговая информация** | | **10** | ЛР1-ЛР6, ЛР10, ЛР14, ЛР15, ЛР21  ОК.02, ОК.03, ОК.04 |
| Тема 2.1 Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. | Содержание учебного материала | 4 |
| Понятие маркетинговой информации. Виды маркетинговой информации. Система маркетинговой информации. Источники маркетинговой информации. Методы сбора маркетинговой информации и ее обработка. Понятие маркетинговых исследований. Виды и методы маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований. Проблемы возникающие в процессе маркетинговых исследований. |
| Практические занятия № 2 | 2 |
| Проведение маркетинговых исследований рынка |
| Тема 2.2 Сегментирование рынка | Содержание учебного материала | 2 |
| Сущность понятия сегментирование. Принципы сегментирования. Эффективный сегмент. Целевой рынок. Ниша рынка. Доля рынка. |
| Практическое занятие № 3 | 2 |
| Сегментирование рынка |
| **Раздел 3 Маркетинговая среда** | | **6** | ЛР1-ЛР6, ЛР10, ЛР14, ЛР15, ЛР21  ОК.03, ОК.04 |
| Тема 3.1 Сущность маркетинговой среды и методы ее анализа | Содержание учебного материала | 2 |
| Понятие и сущность маркетинговой среды. Внутренняя среда и характеристика факторов. Субъекты маркетинговой микросреды. Основные характеристики факторов макросреды. Цели изучения рынка. Методы изучения рынка. Методы анализа окружающей среды.. |
| Практические занятие № 4 | 2 |
| PEST-анализ факторов внешней среды организации |
| Тема 3.5 Показатели оценки конкурентоспособности | Содержание учебного материала | 2 |
| Понятие конкурентной среды. Виды конкуренции. Структура и элементы конкурентной среды. Сущность и понятие конкурентоспособности. Этапы формирования конкурентоспособности. Методики оценки конкурентоспособности товара (услуг). Экспертная оценка конкурентоспособности товара (услуги). Маркетинговые коммуникации. Стимулирование сбыта. Реклама. |
| **Раздел 4 Маркетинговые коммуникации** | | **6** | ЛР1-ЛР6, ЛР10, ЛР14, ЛР15, ЛР21  ОК.03, ОК.04 |
| Тема 4.1 Сущность и виды маркетинговых коммуникаций, тенденции развития | Содержание учебного материала | 4 |
| Понятие маркетинговых коммуникаций. Виды маркетинговых коммуникаций. Общая характеристика рекламы. Специфика и развитие средств распространения рекламы. Планирование и бюджет рекламы. Требования современной рекламы, ее особенности и тенденции в России. Состояние и динамика других форм коммуникаций. Интернет-маркетинг |
| Практическое занятие № 5 | 2 |
| Оценка эффективности рекламы |
| Консультации |  | 2 |  |
|  | **Всего по дисциплине:** | **38** |  |

Уровень усвоения:

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 ПРОГРАММЫ**

**УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ»**

**3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.**

Для реализации программы учебной дисциплины «Маркетинг» имеется в наличии:

Оборудование учебного кабинета:

* посадочные места по количеству обучающихся;
* рабочее место преподавателя.

Технические средства обучения:

* персональный компьютер;
* лицензионное программное обеспечение Microsoft Windows XP;
* мультимедийный проектор;
* экран;
* мультамедийные средства;
* микрокалькуляторы.

**3.2. Информационное обеспечение обучения.**

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

Рекомендуемая литература:

1. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина (СПО (Цифровая книга). — Москва: Издательство Юрайт, 2019
2. Парамонова, Красюк: Маркетинг (для СПО). Учебное пособие Изд-во Кнорус, 2018 г.
3. Синяева И., Жильцова О. Маркетинг. Учебник для СПО. Изд-во Юлрайт, 2019
4. Конституция РФ
5. Трудовой кодекс РФ
6. Менеджмент. Учебное пособие (ГРИФ)// Добрина Н.А., Щербакова Ю.В.- М.: Альфа – М: ИНФРА – М, 2021. – 288 с.
7. Банковский менеджмент: Учебное пособие / Ю.Г. Одегов, Т.В. Никонова — М.: Идательство «Экзамен», 2020. - 448 с.
8. Менеджмент: Учеб. пособие для сред. проф. Образования /Г.Б. Казначевская. – Ростов – на – Дону: 3-е изд. Феникс, 2018 – 352 с.
9. Основы менеджмента: Учебное пособие для вузов / Н.И. Кабушкин – 5-е изд., Новое знание, 2018 г.
10. Основы менеджмента: А.К. Казанцев, - 2-е изд. – М.: ИНФРА – М, 2017 г. – 544 стр.
11. Менеджмент: Учебное пособие. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2018 г. – 304 стр.
12. Менеджмент: Переверзев М.П. – М.: ИНФРА – М, 2018 г. – 288 с.
13. Менеджмент: Учебник для вузов/ В.Е. Гребцова. – Ростов – н/Д: Феникс, 2019 г.
14. Менеджмент: Вершигора Е.Е. – 2-е изд.: ИНФРА – М, 2019 г.
15. Основы менеджмент. Учебное пособие (ГРИФ)// Суетенков Е.Н., Пасько Н.И. – М.: ИНФРА – М ФОРУМ, 2019, 240 с.

Интернет-ресурсы

1. Сущность современного менеджмента. Форма доступа: (<http://www.amr.ru/storage/research/review/KK_2.gif>)
2. Учебный материал по менеджменту. Форма доступа: (<http://www.alleng.ru/edu/manag1.htm/bio.htm>)
3. Ассоциация менеджеров. Форма доступа: ( <http://www.amr.ru/>)

**4. Контроль и оценка результатов освоения   
УЧЕБНОЙ Дисциплины**

# **Контроль и оценка** результатов освоения учебной дисциплины «Маркетинг» осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований, и регламентируется локальным Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации студентов ГБПОУ РО «РКСИ».

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты обучения** | **Критерии оценки** | **Форма контроля и оценивания** |
| **ЛР 1**  Осознающий себя гражданином и защитником великой страны  **ЛР 2**  Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций  **ЛР 3**  Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих  **ЛР 4**  Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»  **ЛР 5**  Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России  **ЛР 6**  Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях  **ЛР 10**  Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой  **ЛР 14**  Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности  **ЛР 15**  Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем  **ЛР21**  Экономически активный, предприимчивый, готовый к  самозанятости. | * демонстрация интереса к будущей профессии; * оценка собственного продвижения, личностного развития; * положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; * ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности; * проявление высокопрофессиональной трудовой активности; * участие в исследовательской и проектной работе; * соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, мастерами и руководителями практики; * конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде; * готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах; * проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества; * проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону; * отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся; * проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве; * проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности. | * анализ соблюдения норм и правил поведения, принятых в колледже, обществе, профессиональном сообществе; * анализ самооценки событий обучающимися; * педагогический и психологический мониторинг; * анализ проявления обучающимися качеств своей личности: оценка поступков, осознание своей жизненной позиции, культурного выбора, мотивов личностных целей; * анализ портфолио. |
| 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.  ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами. | Умение проводить маркетинговые исследования рынка;  Умение учитывать особенности маркетинговой деятельности в российской экономике;  Умение проводить анализ факторов внешней среды организации;  Умение оценивать конкурентоспособность услуг  Умение учитывать особенности маркетинговой деятельности в российской экономике;  Аргументировано объясняет, в чем состоит сущность маркетинговой деятельности.  Знание теоретических предпосылок процесса маркетинговой деятельности на основе передового отечественного и зарубежного опыта;  Знание сущности и понятия маркетинговой среды.  Знание методов анализа маркетинговой среды;  Знание современной формы и методов оценки конкурентоспособности. | Устный опрос,  практическая проверка (проведение практических работ) |

Лист согласования

**Дополнения и изменения к рабочей программе на учебный год**

Дополнения и изменения к рабочей программе на \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ учебный год по дисциплине Наименование\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

В рабочую программу дисциплины «…» внесены следующие изменения:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины «….» обсуждены на заседании ЦК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Протокол № \_\_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_\_г.

Председатель ЦК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_