

Министерство науки и высшего образования РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Южно-Сахалинский педагогический колледж

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЮСПК СахГУ

« 16 »  20 20 г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
ОП. 06 Маркетинг**

1. Область применения программы.

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.06 Сервис на транспорте (по видам транспорта), квалификации специалист по сервису на транспорте.

2. Место дисциплины в структуре ППССЗ.

Учебная дисциплина «Маркетинг» входит в обязательную часть П.ОО «Профессиональный цикл», ОП.ОО «Общепрофессиональные дисциплины» ППССЗ ФГОС СПО по специальности 43.02.06 Сервис на транспорте (по видам транспорта) на базе среднего общего образования.

3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины.

В результате освоения учебной 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);

уметь:

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО по данному направлению:

а) общих (ОК):

- 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 команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, 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.

б) профессиональных (ПК):

- ПК 1.1. Бронировать перевозку пассажиров на транспорте.
- ПК 1.3. Бронировать (резервировать) багажные и грузовые перевозки.
- ПК 1.6. Бронировать места в гостиницах и аренду автомашин.
- ПК 2.1. Организовывать и предоставлять пассажирам информационно-справочное обслуживание в пунктах отправления и прибытия транспорта.
- ПК 2.2. Организовывать обслуживание особых категорий пассажиров (пассажиров с детьми, инвалидов и пассажиров с ограниченными возможностями) в пунктах отправления и прибытия транспорта.
- ПК 2.3. Организовывать обслуживание пассажиров в VIP-залах и бизнес-салонах пунктов отправления и прибытия транспорта.
- ПК 4.1. Организовывать деятельность служб сервиса на транспорте.
- ПК 4.3. Планировать деятельность служб сервиса на транспорте.
- ПК 4.4. Анализировать эффективность деятельности служб сервиса на транспорте и предлагать мероприятия по ее совершенствованию.
- ПК 4.5. Организовывать деятельность служб сервиса на транспорте при нарушениях графика движения транспортных средств и управлять ею.

4. Общая трудоемкость учебной дисциплины и формы аттестации.

Вид учебной работы	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Максимальная учебная нагрузка, в том числе:	104 часа	-
обязательная аудиторная учебная нагрузка	72 часа	-
самостоятельная работа	28 часов	-
консультации	4 часа	-
Форма контроля	накопительная система оценок	-
Форма аттестации	экзамен	-

5. Содержание дисциплины.

Раздел 1. Маркетинг

Тема 1.1. Становление теории и практики маркетинга

Тема 1.2. Специфика маркетинга услуг

Тема 1.3. Классификация рынков
Тема 1.4. Процесс управления маркетингом
Тема 1.5. Понятие и структура продукта
Тема 1.6. Сегментация
Тема 1.7. Цена в комплексе маркетинга предприятия
Тема 1.8. Сбытовая стратегия
Тема 1.9. Сущность маркетинговых коммуникаций
Тема 1.10. Имидж предприятия

Раздел 2. Маркетинговые исследования

Тема 2.1. Маркетинговая информационная система
Тема 2.2. Процесс маркетинговых исследований
Тема 2.3. Анализ маркетинговых исследований
Тема 2.4. Стратегическое планирование. Текущее планирование.

Разработчик: Рогаль Е.А.