

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
«ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»
МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР КОМПЕТЕНЦИЙ В ОБЛАСТИ ИСКУССТВА,
ДИЗАЙНА И СФЕРЫ УСЛУГ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ОП. 11 ДИЗАЙН И МЫШЛЕНИЕ В БИЗНЕСЕ

по специальности 38.02.08 Торговое дело

Тюмень 2026

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки России от 21.07.2023 N 552 зарегистрированного министерством юстиции РФ № 74908 от 22.08.2023г.

Разработчики: Гатиятуллин Р.Ф., преподаватель первой квалификационной категории

Одобрено
на заседании ПЦК ЭУИК Протокол № 10 от 28.05.2026г
Председатель ПЦК
И.В.Нагорнова

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы:

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.11. Грантовый маркетинг является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности: 42.02.01 Реклама

1.2. Цель и планируемые результаты освоения учебной дисциплины:

Умения	Знания
У-1. Анализировать целевую аудиторию и конкурентную среду для формирования предложения. У-2. Формулировать УТП (уникальное торговое предложение) и позиционирование бренда. У-3. Разрабатывать маркетинговую стратегию, бюджет проекта У-4. Создавать стратегию для продвижения бренда в разных каналах коммуникации.	З-1. Основные понятия: грант, грантодатель, грантовый конкурс. З-2. Методики анализа рынка, требования к оформлению проекта З-3. Основные каналы и инструменты продвижения проекта (особенно цифровые).

2. Структура и содержание рабочей программы элективного курса

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы	36
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	36
в том числе:	
теоретическое обучение	10
лабораторные занятия	-
практические занятия	26
курсовая работа (проект)	-
самостоятельная работа (индивидуальный проект)	-
Промежуточная аттестация проводится в форме: зачет	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1 Введение в грантовый маркетинг	Содержание учебного материала	4	
	Что такое гранты и грантовое финансирование Виды грантов и их особенности Основные грантодатели в России Как найти подходящий грант		
	Практические занятия		
	Практическое занятие 1 Поиск актуальных грантовых конкурсов	2	
Тема 2. Маркетинговый анализ проекта	Содержание учебного материала	6	
	Определение целевой аудитории проекта Анализ рынка и конкурентов Оценка потенциала проекта		
	Практические занятия		
	Практическое занятие 2 Анализ потребностей целевой аудитории	2	
Тема 3. Подготовка грантовой заявки	Содержание учебного материала	6	
	Структура грантовой заявки Основные требования к оформлению Критерии оценки проектов		
	Практические занятия		
	Практическое занятие № 4. Составление бюджета проекта	2	
Тема 4. Продвижение грантового проекта	Содержание учебного материала	6	
	Методы продвижения проекта Работа со СМИ и партнерами Создание информационного поля		
	Практические занятия		
	Практическое занятие № 6. Разработка PR-стратегии	2	
Тема 5. Защита и реализация проекта	Содержание учебного материала	6	
	Подготовка к защите проекта Особенности презентации перед экспертами Этапы реализации проекта		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
	Практические занятия		
	Практическое занятие 8. Тренировка защиты проекта	2	
	Практическое занятие 9. Планирование реализации	2	
Тема 6. Успешная грантовая заявка	Содержание учебного материала	8	
	Анализ успешных грантовых проектов Типичные ошибки при подаче заявок		
	Практические занятия		
	Практическое занятие 10. Разработка собственного грантового проекта	4	
	Практическое занятие 11. Защита и обсуждение проектов	2	
	Зачет в форме защиты проектов		
Всего:		36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации рабочей программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебный кабинет, оснащенный оборудованием: доской учебной, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами обучения (компьютером, средствами аудиовизуализации, наглядными пособиями).

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

3.2.1. Основная литература

1. Домнин, В. Н. Брендинг [Электронный ресурс]: учеб. и практ. для СПО / В. Н. Домнин - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2025. - 384 с. - (Профессиональное образование). - Текст: непосредственный

3.2.1. Дополнительная литература

1. Культура речи и деловое общение [Электронный ресурс]: учеб. и практикум для СПО / отв. ред. В. В. Химик. - Москва: ЮРАЙТ, 2025. - 308 с. - (Профессиональное образование). - URL : www.biblio-online.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
Знать: 3-1. Основные понятия: грант, грантодатель, грантовый конкурс. 3-2. Методики анализа рынка, требования к оформлению проекта 3-3. Основные каналы и инструменты продвижения проекта (особенно цифровые).	- полнота и точность определения терминов. - способность привести релевантные примеры из сферы услуг (туризм, общепит, коммерция). - умение объяснить взаимосвязь между понятиями. - полнота перечисления и описания ключевых элементов. - обоснованность выбора визуальных и вербальных элементов для конкретного кейса. - способность назвать и охарактеризовать не менее 3-5 ключевых каналов - адекватность выбора каналов для заданной целевой аудитории и типа бизнеса. - понимание преимуществ и ограничений каждого канала.	Текущий контроль: устный опрос, оценка выполнения тестовых заданий, - анализ готовых брендов (устный или письменный разбор). - практическая работа: "Создание мудборда и описание элементов". - оценка пакета визуальных материалов, представленных в проекте. - кейс-задачи: "Подбери каналы продвижения для..."
Уметь: У-1. Анализировать целевую аудиторию и конкурентную среду для формирования предложения. У-2. Формулировать УТП (уникальное торговое предложение) и позиционирование бренда.	- глубина и детализация портрета целевой аудитории. - релевантность и полнота проведенного конкурентного анализа. - способность сделать обоснованные выводы из	Текущий контроль: Практическая работа: - разработка УТП и карты позиционирования". - презентация и защита своих наработок перед группой.

У-3. маркетинговую бюджет проекта	Разрабатывать проведенного анализа. стратегию, - уникальность, ясность конкретность	-проверка и оценка выполнения практических работ (аудит бренда, построение портрета ЦА).
У-4. Создавать продвижения бренда каналах коммуникации.	стратегию для сформулированного УТП. разных - соответствие выявленным потребностям ЦА и малых группах. результатам анализа конкурентов - глубина и детализация позиционирования". портрета целевой аудитории. - релевантность и полнота своих наработок перед проведенного конкурентного группой. анализа. - способность сделать обоснованные выводы из проведенного анализа. - эстетика, функциональность и оригинальность предложенных решений. - единообразие и целостность созданного визуального образа. - обоснованность выбора элементов (цвет, шрифт) с точки зрения психологии восприятия и позиционирования бренда.	УТП - Наблюдение за работой в Практическая работа: - "Разработка УТП и карты - презентация и защита