

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
«ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 07 ПСИХОЛОГИЯ МАРКЕТИНГА

профессиональной подготовки обучающихся
по профессиям 11811 Декоратор витрин, Продавец продовольственных товаров

Тюмень 2020

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с рабочим учебным планом по профессиям 11811 Декоратор витрин, Продавец продовольственных товаров, Перечнем профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение, утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 02 июля 2013 г. № 513; Общероссийским классификатором профессии рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов (ОК 016-94); Требованиями Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих, утв. Постановлением Минтруда РФ от 05 марта 2004 г. № 30 (выпуск 51); Требованиями Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих, утв. Приказом Минздравсоцразвития РФ от 21 марта 2008 г. N 135 (выпуск 57).

Организация-разработчик: ГАПОУ ТО «Тюменский техникум индустрии питания, коммерции и сервиса»

Разработчик: Татулян Н.И., преподаватель

ОДОБРЕНО

на заседании ПЦК

Протокол № 10 от 28.05.2020 г.

Председатель ПЦК

Ильина / Сергеева Л. А.
(подпись)

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора

Н.В. Бочанова

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 07 Психология маркетинга

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью программы профессиональной подготовки по профессиям: 11811 Декоратор витрин, Продавец продовольственных товаров

1.2. Место дисциплины в структуре программы профессиональной подготовки

Дисциплина относится к общепрофессиональному циклу общепрофессиональных дисциплин.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- использовать психологические и социологические исследования как ориентиры в маркетинговой деятельности.
- оценивать перспективы и риски использования психотехнологий в сфере рекламы и маркетинга.
- организовывать изучение спроса покупателей.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

- историко-культурные предпосылки возникновения и развития психологии рекламы.
- основные теоретические модели и подходы к маркетинговой деятельности.
- психологические и социологические исследования, являющиеся ориентирами в области маркетинговой деятельности.

В результате освоения учебной дисциплины у обучающегося формируются общие компетенции (ОК):

ОК 1. Организовывать собственную деятельность, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК 2. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий, итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности

ОК 3. Нести ответственность за результаты своей работы

ОК 4. Осуществлять поиск информации, и применять ее для эффективного выполнения профессиональной задачи

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 6. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами.

1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **26** часов, в том числе практических **14** часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Обязательная аудиторная учебная нагрузка	26
в том числе:	
практические занятия	14
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины
ОП.07 Психология маркетинга**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
1 семестр			
Раздел 1. Введение в психологию маркетинга		16	
Тема 1.1 Теоретико-методологические основы маркетинга	Содержание учебного материала	2	
	1. Понятие маркетинга и его базовые составляющие		1
	2. Эволюция развития маркетинга		2
	3. Основные цели и принципы маркетинга		2
	Практическое занятие № 1	2	
	4. Окружающая среда маркетинга		
Тема 1.2 Концепции маркетинга	Содержание учебного материала	2	
	1. Понятийные концепции маркетинга		1
	2. Развитие маркетинга в России		2
	3. «Западный» и «восточный» взгляд на маркетинг		2
	Практическое занятие № 2	2	
	1. Виды спроса		
Тема 1.3 Социальный маркетинг	Содержание учебного материала	2	
	1. Сущность и содержание социального маркетинга		1
	2. Маркетинговые коммуникационные потоки и медиапланирование		2
	3. Маркетинговые технологии и общественное мнение		3
	Практическое занятие № 3	2	
	1. Социальная реклама и маркетинг		
Раздел 2. Маркетинговый анализ и маркетинговые исследования			
Тема 2.1 Маркетинговый анализ и маркетинговые исследования	Содержание учебного материала	2	
	1. История развития маркетинговых исследований		1
	2. Маркетинговые исследования как информационная база принятия решений в области маркетинга		2
	Практическое занятие № 5	2	
	1. Методы маркетинговых исследований		
	2. Процесс маркетингового исследования		
Раздел 3. Потребительский рынок и потребительское поведение			

Тема 3.1 Поведение потребителей	Содержание учебного материала		2	
	1.	Психология потребительского поведения		2
	2.	Сегментирование потребительского рынка		2
	3.	Принципы приоритета потребителя		3
	Практическое занятие № 6		2	
		Анализ поведения потребителей		
		Понятие психографики.		
Тема 3.2 Создание и управление брендом	Практическое занятие № 7		2	
	1.	Товарный ассортимент		
	2.	Управление брендом		
Раздел 4. Психология маркетинговых коммуникаций				
Тема 4.1 Маркетинговые коммуникации	Содержание учебного материала		2	
	1.	Маркетинговые коммуникации		1
	2.	Психология рекламы		2
	Практические занятия № 13-14		2	
	1.	Психология продаж и обслуживания		
Дифференцированный зачет				
Итого			26	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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

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

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета общепрофессиональных дисциплин

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета общепрофессиональных дисциплин:

стол письменный

стул

стол преподавателя

стул преподавателя

моноблок

доска интерактивная

проектор,

шкаф для документов

учебно-методический комплекс УД.

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 Основные издания:

1. Маркетинг [Текст]: учебник / под ред. В. П. Федько. - 2-е изд.испр. и доп. - М.: Инфра-М; Академ-центр, 2015. - 368 с.

2. Барышев, А. Ф. Маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. для СПО / А. Ф. Барышев. - 14-е изд., стер. - Москва : Академия, 2018. - 224 с. - Режим доступа: <http://www.academia-moscow.ru>

3.2.2. Дополнительные издания:

1. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебник для СПО / Д. В. Тюрин. - Москва : Юрайт, 2019. - 342 с. - (Серия: Профессиональное образование). - Режим доступа: www.biblio-online.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по учебной дисциплине обеспечивает организацию и проведение текущего контроля индивидуальных образовательных достижений – демонстрируемых обучающимися знаний и умений.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе проведения практических занятий, устного и письменного тестирования.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
Умения:	Экспертная оценка:
<ul style="list-style-type: none">- использовать психологические и социологические исследования как ориентиры в маркетинговой деятельности.- оценивать перспективы и риски использования психотехнологий в сфере рекламы и маркетинга.- организовывать изучение спроса покупателей	Наблюдение и оценка деятельности обучающихся на практических занятиях
Знания:	Экспертная оценка:
<ul style="list-style-type: none">- историко-культурные предпосылки возникновения и развития психологии рекламы.- основные теоретические модели и подходы к маркетинговой деятельности.- психологические и социологические исследования, являющиеся ориентирами в области маркетинговой деятельности	Оценка результатов письменного и устного тестирования по темам программы.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся развитие общих компетенций и обеспечивающих их умения.

Результаты (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Организовывать собственную деятельность, проявлять к ней устойчивый интерес	Применение потенциала в профессиональной деятельности для эффективной работы	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения программы
ОК 2. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий, итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности	Обоснование собственного выбора решения в ситуационных упражнениях приближенных к области профессиональной деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения программы
ОК 3. Нести ответственность за результаты своей работы	Демонстрация способности принимать решения в стандартных, нестандартных ситуациях и нести ответственность за результаты своей работы	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения программы
ОК 4. Осуществлять поиск информации, и применять ее для эффективного выполнения профессиональной задачи	Верный поиск требуемой информации и ее адекватное использование для выполнения профессиональной задачи	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения программы
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Активное использование широкого спектра информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения программы
ОК 6. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами.	Ощущение себя частью коллектива, участие во всех видах коллективной деятельности, выражение своего мнение, умение конструктивно решать конфликтные ситуации.	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения программы