

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Саратовской области «Марковский политехнический колледж»



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
программа повышения квалификации «Менеджер по продажам»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ
«МАРКЕТИНГ
И РАЗВИТИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОДАЖ»

2018г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ	стр. 3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЯ	4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ МОДУЛЯ	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ	8

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ

Маркетинг и развитие возможностей продаж

1.1. Область применения программы

Программа модуля «Маркетинг и развитие возможностей продаж» является частью дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации «Менеджер по продажам», в части освоения основного вида профессиональной деятельности:

ВПД «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» с целью совершенствования профессиональных компетенций:

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

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

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

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;

В результате освоения модуля обучающийся должен **знать**:

- работу менеджера по продажам в области исследований - маркетинг и развитие возможностей продаж;
- средства : удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- зарубежный и отечественный опыт управления маркетингом.

В результате освоения модуля обучающийся должен **иметь практический опыт**:

- организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности.

1.4. Количество часов на освоение программы модуля:

Учебной нагрузки обучающегося 22 часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки - 10 часов,
- практические работы обучающегося - 4 часа
- самостоятельной работы обучающегося- 8 часа,

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЯ

2.1. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Учебная нагрузка (всего)	22
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	10
в том числе:	
практические занятия	4
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	8
Итоговая форма контроля - тестирование	

2.2. Тематический план и содержание модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа(проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1 Менеджер по продажам-специфика требований профессии	Содержание учебного материала	2	
	1. Описание профессии по основным психологическим классификационным признакам (портрет профессии).		2
	Практическое занятие №1	2	3
	<i>Составить профиль должности – менеджер по продажам</i>		
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. Подготовка реферата по теме « Права и должностные обязанности менеджера по продажам»	2	
Тема 2 Работа менеджера по продажам - маркетинг и развитие возможностей продаж	Содержание учебного материала	4	2
	1 Слагаемые маркетинга. Состав и процесс маркетинговых коммуникаций		
	2 Потребность и поведение потребителя. Консюмеризм. Основные этапы целевого маркетинга. Понятие и цели сегментирования рынка: макро - и микросегментирование. Принципы сегментирования потребительского рынка и рынков предприятия. Этапы сегментирования. Выбор целевых сегментов рынка. Процесс и стратегии позиционирования товаров		
	Практическое занятие №2 Анализ рекламы на протяжении жизненного цикла товара. Исследование факторов, оказывающих влияние на покупательское поведение. Выбор критериев сегментирования.	2	3

	Самостоятельная работа обучающихся :	4	
	Подготовка презентации по теме « Инструменты распространения рекламы». Подготовка сообщения по теме « Современные тенденции развития прямого маркетинга в России»		
Тема 3	Содержание учебного материала	4	2
Отечественный и зарубежный опыт организации и управления маркетинговой деятельностью предприятия	1. Отечественный и зарубежный организации маркетинговой деятельности на предприятии.		
	2. Управление маркетинговой деятельностью предприятия.		
	Самостоятельная работа обучающихся :	2	
	Подготовка презентации по теме « Виды организационных структур службы маркетинга».		
	Всего:	22	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ МОДУЛЯ

3.1 Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация модуля предполагает наличия учебного кабинета «Социально-экономических дисциплин»

Оборудование учебного кабинета:

Рабочее место преподавателя;

Рабочие места обучающихся:

Стол ученический, стул ученический, шкаф,

- комплект учебно-методической документации (комплект инструкционно-технологических карт, тесты, карточки-задания, методические указания по выполнению практических работ) ;

- стенды: «Экономическая теория (понятие, роль, функции и т.д)»,

«Основные экономические показатели»,

«Экономическая политика государства»,

«Показатели экономического развития страны»,

Технические средства обучения:

Компьютер,

телевизор,

DVD-плеер,

мультимедийный проектор,

экран,

обучающие диски.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с.

Карпова С. В. Основы маркетинга : учебник для СПО / под общ. ред.С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 408 с.

Дополнительные источники:

1. Периодическое издание: «Маркетолог».

2. Васильев Г. А. Поведение потребителей: Учеб.пособие.- М.: 2017; электронный ресурс

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
-выявлять, формировать и удовлетворять потребности	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, тестирование
-обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций	Наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, экспертная оценка самостоятельной работы (выступлений, сообщений)
Знания:	
-работу менеджера по продажам в области исследований - маркетинг и развитие возможностей продаж;	Тестирование, экспертная оценка выступлений, сообщений на занятиях
-средства : удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;	Тестирование, экспертная оценка выступлений, сообщений на занятиях, опрос
-зарубежный и отечественный опыт управления маркетингом.	Тестирование, экспертная оценка выступлений, сообщений на занятиях, опрос
иметь практический опыт: организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности	Экспертная оценка выполнения практического задания на занятии,
Профессиональные компетенции:	
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Фронтальный опрос с предварительным обсуждением ответов, моделирование деятельности Экспертная оценка выполнения практического задания на занятии
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	Экспертная оценка выполнения практического задания на занятии,
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	Фронтальный опрос с предварительным обсуждением ответов, моделирование деятельности Экспертная оценка выполнения практического задания на занятии