СОЧИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»

Отделение среднего профессионального образования

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петенко Александр Тимофеевич
Должность: Директор
Дата подписания: 28.03.2022
Уникальный программный ключ:
28acbc88a6d3ce11b5b992501f9a43df0be7b81d

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

"Маркетинг ландшафтных услуг"

(наименование дисциплины)

Освоение учебной дисциплины ведется в рамках реализации основной образовательной программы среднего профессионального образования (ОП СПО):

35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство

(код и наименование специальности/профессии ОП СПО)

Квалификация:

техник

(наименование квалификации)

Сочи,
2022 г.

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
МДК.2.3 Маркетинг ландшафтных услуг

название дисциплины

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины МДК.2.3 Маркетинг ландшафтных услуг является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС "Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство (приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 г. № 461)"

Рабочая программа ориентирована на достижение следующих целей:

- освоение ассортимента цветочных растений и способов их размножений;
- создание базовых умений и навыков для изучения других общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- овладение умениями решения задач прикладного характера, в том числе при изучении других дисциплин;
- развитие познавательных интересов, интеллектуальных и творческих способностей путем освоения и использования методов обработки полученной информации при изучении различных учебных предметов;
- воспитание ответственного отношения к выполнению индивидуальных заданий и коллективных проектов;
- приобретение опыта использования в индивидуальной и коллективной учебной и познавательной, в том числе проектной деятельности;
- подготовка к следующим видам деятельности: проектирование объектов садово-паркового и ландшафтного строительства, внедрение современных технологий в садово-парковое и ландшафтное строительство.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.

Учебная дисциплина МДК.2.3 Маркетинг ландшафтных услуг входит в Профессиональный цикл Профессиональной подготовки.

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

- исследования спроса на услуги садово-паркового и ландшафтного строительства;
- продвижения услуг по садово-парковому строительству на рынке;
- организации и выполнения работ по садово-парковому и ландшафтному строительству;
- контроля и оценки качества садово-парковых и ландшафтных работ;

В результате освоения учебной дисциплины студент должен знать:

В результате освоения учебной дисциплины студент должен уметь:

В результате освоения учебной дисциплины студент должен иметь навыки и (или) опыт деятельности:

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Объем программы 78 часов, в том числе:
аудиторной учебной нагрузки обучающегося 52 часов;

самостоятельной работы обучающегося 26 часов.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1. Виды учебной работы по периодам освоения ООП СПО для формы обучения - очная.

Вид учебной работы	Всего, ак. ч.	Семестр(-ы)					
		4					
Контактная (аудиторная) работа (всего)	52	52					
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
лекции (если предусмотрено)	42	42					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
лабораторные занятия (если предусмотрено)	-	-					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
практические занятия (если предусмотрено)	10	10					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	26	26					
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
Часов на контроль:	-	-					
Промежуточная аттестация в форме: (зачет/дифзачет/ экзамен)	-	Др					
Общая трудоемкость час	78	78					

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины МДК.2.3 Маркетинг ландшафтных услуг

Таблица 2. Содержание дисциплины/МДК по видам учебной работы

НАИМЕНОВАНИЕ РАЗДЕЛА ДИСЦИПЛИНЫ Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*	Кол-во часов
Раздел 1. Сущность маркетинга и основные понятия маркетинга.	**8**	
Тема 1. Сущность маркетинга и основные понятия маркетинга.	Лек	2
Сущность маркетинга и основные понятия маркетинга.		
Тема 2.4. Ценообразование.	Лек	2
Ценообразование, цена и ценовая политика. Методы расчета цены на товар (услугу). Установление цены. Анализ практических данных по проблеме. Стратегии адаптации цен. Ценовые скидки и поощрения. Уценка товара. Оценка эффективности принятых решений.		
Тема 3.3. Разработка выборочного плана и определение выборки для исследования.	Лек	2
Понятия «Генеральная совокупность», «выборка». Виды выборки. Цель и этапы разработки выборочного плана. Случайные выборки. Неслучайные выборки. Составление анкет. Ошибка сбора данных.		
Выполнение индивидуального проектного задания	СР	2

Раздел 2. Характеристика основных маркетинговых элементов и целей организации, принятие решений.	**26**	
Тема 2.1. Структура целей организации, ее миссия, стратегия и планирование.	Лек	2
Содержание основных целей организации. Миссия – как цель нулевого порядка. Внутрифирменное планирование: стратегическое и текущее. Понятие маркетинговых стратегий.		
Выполнение индивидуального проектного задания	СР	2
Тема 2.2. Товар и товарная политика.	Лек	2
Понятие «товар» и товарная политика. Классификация и характеристика товаров основных товарных групп. Товарный знак. Упаковка и маркировка. Жизненый цикл товара. Разработка и модификация нового товара.		
Выполнение индивидуального проектного задания	СР	2
Выполнение индивидуального проектного задания	СР	2
Тема 2.3. Покупательское поведение, сегментация рынка и позиционирование рынка.	Лек	2
Потребитель, его мотивация и покупательское поведение. Сегментация рынка. Позиционирование товара (услуг).		
Коньюктурный обзор рынка	Пр	2
Тема 2.5. Сбытовая политика и организация товародвижения.	Лек	2
Понятие «сбыт». Политика сбыта как процесс доведения товара (услуги) до потребителя. Организация товародвижения. Анализ каналов товародвижения. Оптовая и розничная торговля. Примеры разного уровня взаимоотношений и цен на каналах товародвижения. Анализ методов реализации товара (услуги). Выбор варианта организации сбыта. Оценка и выбор каналов сбыта. Стимулирование сбыта.		
Выполнение индивидуального проектного задания	СР	2
Тема 2.5. Сбытовая политика и организация товародвижения.	Лек	2
Понятие «сбыт». Политика сбыта как процесс доведения товара (услуги) до потребителя. Организация товародвижения. Анализ каналов товародвижения. Оптовая и розничная торговля. Примеры разного уровня взаимоотношений и цен на каналах товародвижения. Анализ методов реализации товара (услуги). Выбор варианта организации сбыта. Оценка и выбор каналов сбыта. Стимулирование сбыта.		
Выполнение индивидуального проектного задания	СР	2
Тема 2.6. Конкуренция и конкурентоспособность.	Лек	2
Выполнение индивидуального проектного задания	СР	2
Раздел 3. Методы маркетинговых исследований и прогнозов.	**20**	
Тема 3.1. Система сбора, обработки и анализа информации.	Лек	4
Информация – важный рыночный ресурс. Определение типа информации и источников ее получения		
Выполнение индивидуального	СР	2
Тема 3.2. Методы маркетинговых исследований.	Лек	2
Цели и задачи методов и процедур маркетинговых исследований. Наблюдение. Методы опроса. Метод фокус-группы. Эксперимент. Панельный метод исследования. Метод «Store-Check».		
Применяя полученные знания по теме методов маркетинговых исследований провести опрос среди населения на тему: «Значение зелёных насаждений в г. Сочи». Составить отчет по проведенной работе.	Пр	4
Выполнение индивидуального проектного задания	СР	0
Тема 3.3. Разработка выборочного плана и определение выборки для исследования.	Лек	2
Понятия «Генеральная совокупность», «выборка». Виды выборки. Цель и этапы разработки выборочного плана. Случайные выборки. Неслучайные выборки. Составление анкет. Ошибка сбора данных.		
Выполнение индивидуального проектного задания	СР	2

Тема 3.4. Обработка и анализ маркетинговых данных. Замеры емкости рынка.	СР	2
Методы анализа маркетинговых данных. Способы анализа данных. Замеры емкости рынка. Оценка рыночных долей и интенсивности конкуренции.		
Выполнение индивидуального проектного задания	СР	2
Раздел 4. Стратегическое планирование и реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	**16**	
Тема 4.1. Формирование стратегических возможностей организации.	Лек	4
Содержание обучения Анализ маркетинговых возможностей организации. Алгоритм стратегического планирования. Формирование стратегии организации. Стратегия роста, конкуренция и адаптации. Стратегия маркетинговых коммуникаций. Личные продажи. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью.		
Тема 4.2. Реклама и ее виды. Оценка и измерение эффективности рекламы.	Лек	2
Понятие «реклама». Роль рекламы в современном бизнесе. Разработка рекламной программы. Виды и носители рекламы. Оценка и измерение эффективности рекламы.		
Разработать рекламную программу услуг по озеленению и благоустройству объекта.	Пр	4
Тема 4.3. Брендинг в совремменных стретегиях коммуникации.	Лек	4
Фирменный стиль организации. Роль и значение брендинга. Особенности бренд – менеджмента. Управление, контроль и ценность бренда.		
Выполнение индивидуального проектного задания	СР	2
Раздел 5. Организация работы маркетинговой службы, управление и контроль.	**8**	
Тема 5.1. Маркетинговая служба в работе организации, ее структура, цели, значение.	Лек	6
Подходы к организации управления службой маркетинга. Роль и статус маркетингового отдела. Методы расчета численности персонала. Общий вид структуры маркетинговой службы. Управление персоналом маркетингового отдела.		

** - Лек – лекции; Пр – практические занятия; СР – самостоятельная работа; ЛР – лабораторные работы.*

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены специальные помещения, приведенным в п 6.3 основной образовательной программы специальности.

Таблица 3. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории Специализированное учебное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект специализированной мебели, маркерная доска; кафедра; автоматизированное рабочее место преподавателя: компьютер AMD Ryzen, монитор LCD 24" Philips, интерактивная панель 86", имеется выход в интернет Программное обеспечение: Операционная система Windows 10 Pro; Office Professional 2007, Kaspersky Endpoint security для бизнеса - Стандартный
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (Компьютерный класс)	Комплект специализированной мебели; доска аудиторная меловая, автоматизированные рабочие места (процессор не ниже Intel Core i5, оперативная память объемом не менее 16Gb;(SSD 500 GB HDD 1 TB); проектор EPSON, проекционный экран, имеется выход в интернет Программное обеспечение: Операционная система Windows 10 Pro; Office Professional 2007, Kaspersky Endpoint security для бизнеса - Стандартный
Аудитория для самостоятельной работы обучающихся	Комплект специализированной мебели; Телевизор LED LG 42" автоматизированные рабочие места (процессор не ниже AMD Ryzen, оперативная память объемом не менее 8 Гб; SDD 500 GB, моноблок Lenovo Intel i3), имеется выход в интернет Программное обеспечение: Операционная система Windows 10 Pro; Office Professional 2007, Kaspersky Endpoint security для бизнеса - Стандартный

3.2. Информационное обеспечение обучения
Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Теодоронский В.С., Кабаева И.А. Реконструкция и формирование зеленых насаждений на территории жилой застройки : Учебное пособие для вузов. - М.: МГУЛ, 1999. - 43 с. - Текст : электронный. - URL:
2. Разумовский Ю.В., Фурсова Л.М., Теодоронский В. С. Ландшафтное проектирование : Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 140 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/document?id=391827
3. Теодоронский В. С., Боговая И. О. Ландшафтная архитектура с основами проектирования : Учебное пособие. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2022. - 304 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/document?id=396104
4. Потаев Г. А. Планировка населенных мест : учебное пособие. - Минск: РИПО, 2015. - 331 с. - Текст : электронный. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463660
5. Потаев Г. А. Градостроительство. Теория и практика : Учебное пособие. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2023. - 432 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/document?id=422777
6. Потаев Г. А. Композиция в архитектуре и градостроительстве : Учебное пособие. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2022. - 304 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/document?id=397386

7. Потаев Г. А. Искусство ландшафтной архитектуры и дизайна : Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 429 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/document?id=398300

Дополнительные источники:

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- научная электронная библиотека eLIBRARY.RU https://www.elibrary.ru/
- ЭБС Znanium https://znanium.ru
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» http://biblioclub.ru
- Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru
- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://mega.rudn.ru/MegaPro/Web

2. Базы данных и поисковые системы:

- свободная энциклопедия Википедия https://ru.wikipedia.org/
- Учебный портал института https://portal.rudn-sochi.ru/
- поисковая система Google https://www.google.ru/
- поисковая система Яндекс https://www.yandex.ru/

Методические материалы для обучающихся

Изучение материала проводится в форме, доступной пониманию студентов, с учётом преемственности в обучении, единства терминологии и обозначений в соответствии с действующими государственными стандартами.
В процессе обучения используются активные и интерактивные образовательные технологии (формы проведения занятий):
лекции, беседы, фронтальные опросы, презентации и защита мини-проектов;
организация «мозгового штурма», управляемой дискуссии, работы в малых группах;
организации самостоятельной учебно-познавательной деятельности (индивидуальные домашние задания);
контрольные, тестовые работы.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Таблица 4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Знания:	Анализ и оценка выполнения индивидуальных заданий, расчетных работ, опрос, тематический диктант, контрольная работа, практические занятия, домашние работы, компьютерное тестирование, Взаимоконтроль и самоконтроль студентов. Полнота и грамотность подготовленных докладов, сообщений, презентаций.
Умения:	Наблюдение, контроль преподавателя за деятельностью обучающихся, анализ и оценка оптимальности метода решения задач, беседа, опрос, практические занятия, домашние работы, компьютерное тестирование
Практический опыт:	Наблюдение, контроль преподавателя за деятельностью обучающихся, анализ и оценка оптимальности метода решения задач, выполнение и защита индивидуальных заданий.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Маркетинг ландшафтных услуг»

Перечень вопросов для подготовки к занятиям и промежуточной аттестации, контрольных работ, содержание заданий для выполнения практических и самостоятельных работ, рекомендации по выполнению и критерии оценивания представлены в фонде оценочных средств по дисциплине «Маркетинг ландшафтных услуг» в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

Оценочные средства позволяют провести текущий контроль по дисциплине. По каждому средству оценивается полнота и глубина освоения, характеризующиеся показателями и критериями оценивания

Таблица 6. Показатели и критерии оценивания

Показатель	Критерий
Пороговый (узнавание) «3»	Знает: базовые общие знания; Умеет: основные умения, требуемые для выполнения простых задач; Владеет: работает при прямом наблюдении.
Базовый (воспроизведение) «4»	Знает: факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования; Умеет: диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования; Владеет: берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем
Высокий (компетентность) «5» max балл	Знает: фактическое и теоретическое знание в пределах области исследования с пониманием границ применимости; Умеет: диапазон практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем; Владеет: контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы

Максимальное количество баллов по каждому оценочному средству соответствует вербальному критерию «высокий».

7. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ

7.1 Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются активные и интерактивные образовательные технологии (формы проведения занятий):

-лекции, фронтальные опросы, презентации и защита мини-проектов;

-кейс-стади (разбор конкретных ситуаций),

-имитационные компьютерные модели;

-организации самостоятельной учебно-познавательной деятельности (индивидуальные домашние задания).