**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: 26.04.2021
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,
2021 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<br>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<br>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<br>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<br>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<br>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<br>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:

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

2. Базы данных и поисковые системы:

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

*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;<br>Умеет: основные умения, требуемые для выполнения простых задач;<br>Владеет: работает при прямом наблюдении. |
| Базовый (воспроизведение) «4» | Знает: факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования;<br>Умеет: диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования;<br>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;<br>Умеет: диапазон практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем;<br>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).