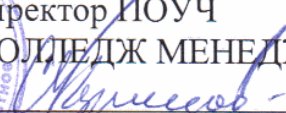


Профессиональное образовательное учреждение частное
«КОЛЛЕДЖ МЕНЕДЖМЕНТА»



Утверждаю
Директор ПОУЧ
«КОЛЛЕДЖ МЕНЕДЖМЕНТА»
 С.А. Кузнецов
«15» сентября 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 15 МАРКЕТИНГ

для специальности

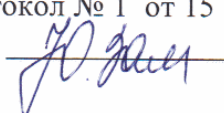
38.02.07 «Банковское дело»

Архангельск 2016

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.07 «Банковское дело» (базовая подготовка) утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 июня 2014 года № 837 и запросами работодателя на углубление умений и знаний студентов за счет часов вариативной части в объеме 84 часа.

Организация-разработчик: Профессиональное образовательное учреждение частное «КОЛЛЕДЖ МЕНЕДЖМЕНТА»

Разработчик: Замятина Ю.В. – преподаватель высшей квалификационной категории ПОУЧ «КОЛЛЕДЖ МЕНЕДЖМЕНТА»

Рассмотрена и рекомендована к
утверждению на методической
комиссии колледжа
Протокол № 1 от 15 сентября 2016 г.
Председатель  Ю.В. Замятина

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг

1.1. Учебная дисциплина «Маркетинг» внесена в ОПОП СПО колледжа по специальности 38.02.07 «Банковское дело» за счёт вариативной части согласно ФГОС СПО п. 6.2.

1.2. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы, разработанной в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.07 «Банковское дело» (базовая подготовка).

1.3. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Маркетинг» входит в профессиональный цикл как общепрофессиональная дисциплина и направлена на расширение и углубление подготовки по учебной дисциплине «Экономика организации» в рамках овладения:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного роста.

ПК 2.1. Оценивать кредитоспособность клиентов

1.4. Цели и задачи учебной дисциплины - требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- выявлять потребности кредитного рынка;
- проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;
- проводить опрос клиентов;
- применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;
- определять эффективность рекламы

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- структуру маркетинговой деятельности;
- классификацию маркетинга;
- принципы, объекты, субъекты, средства и методы маркетинговой деятельности;
- ценовая политика в маркетинге;
- маркетинговую часть бизнес-плана;
- стратегию и планирование маркетинга;
- состояние и прогноз развития кредитного рынка России;

1.5. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

Максимальная учебная нагрузка студента - 84 часа, в том числе: обязательная аудиторная учебная нагрузка студента - 6 часов; самостоятельная работа студента - 78 часов.