**ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП. 15 «Маркетинг»**

**Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг» по специальности СПО 38.02.07 «Банковское дело».

**Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:**

Дисциплина «Маркетинг» относится к профессиональным дисциплинам ОП.15.

**Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины обучающийся по общепрофессиональным дисциплинам должен уметь:

- выявлять потребности; - проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;

- организовывать рекламные кампании;

 - проводить опрос потребителей;

- применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;

- производить продажу банковских продуктов и услуг с использованием маркетинговых технологий;

- осуществлять информационное сопровождение клиентов;

- осуществлять мониторинг эффективности продаж банковских продуктов.

В результате освоения дисциплины обучающийся общепрофессиональным дисциплинам должен знать:

- структуру маркетинговой деятельности;

- классификацию маркетинга;

- принципы, объекты, субъекты, средства и методы маркетинговой деятельности;

- маркетинговую окружающую среду;

- виды конкуренции, конкурентоспособность организации;

- стратегию и планирование маркетинга;

- виды банковских продуктов и услуг;

- методы осуществления продажи банковских продуктов и услуг;

- стратегию продажи.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть общими (общеучебными) компетенциями:

* ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
* ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
* ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
* ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
* ОК 5.  Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
* ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
* ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
* ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
* ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Развивать культуру межличностного общения, взаимодействия между людьми, устанавливать психологические контакты с учетом межкультурных и этнических различий.

Профессиональными компетенциями:

ДПК 1.4 Проводить маркетинговые исследования, в том числе ценовые стратегии и методы ценообразования, анализировать из результаты и применять маркетинговые решения.

**Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:** максимальной учебной нагрузки обучающегося в объеме 120 часов, обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 84 часов; лекций 40 часов, практических занятий 44 часов, самостоятельной работы обучающегося - 36 часов.

Итоговый контроль в форме зачета в 3 семестре.