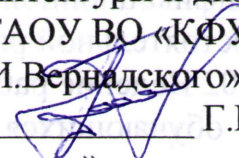


Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»
(ФГАОУ ВО «КФУ ИМ. В.И. ВЕРНАДСКОГО»)

**Бахчисарайский колледж строительства,
архитектуры и дизайна (филиал)
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»**

Утверждаю
Директор Бахчисарайского
колледжа строительства,
архитектуры и дизайна (филиал)
ФГАОУ ВО «КФУ им.
В.И.Вернадского»


Г.П. Пехарь
« _____ » 2019 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
по выполнению самостоятельной работы
по МДК 02.02 Маркетинг ландшафтных услуг,
ПМ.02 Ведение работ по садово-парковому и ландшафтному
строительству
для обучающихся очной формы обучения,
по специальности 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство

г.Бахчисарай, 2019 г.

Рассмотрено и одобрено

Введено в действие

на заседании методического совета,

приказом директора

протокол от «14» 11 2019г. № 3

от «22» 11 2019 г. № 13/2/111

Разработчик:

Прибора Н.А., преподаватель профессиональных дисциплин высшей квалификационной категории. Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по МДК 02.02 Маркетинг ландшафтных услуг, ПМ.02 Ведение работ по садово-парковому и ландшафтному строительству для обучающихся очной формы обучения, по специальности 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство. БКСАиД, 2019. – 13 стр.

Аннотация

к методическим рекомендациям по выполнению самостоятельной работы по МДК 02.02 Маркетинг ландшафтных услуг, ПМ.02 Ведение работ по садово-парковому и ландшафтному строительству для обучающихся очной формы обучения, по специальности 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся содержат информацию о том, сколько и какие темы выносятся на самостоятельное изучение, список литературы, вопросы для самопроверки, оснащение. Методические рекомендации соответствуют требованиям рабочей программы профессионального модуля и требованиям Федерального государственного образовательного стандарта по специальности.

Методические рекомендации рассмотрены и утверждены на заседании цикловой методической комиссией №6 дисциплин профессионального цикла по специальности 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство.

Протокол № 3 от «24» октября 2019 г.

Председатель ЦМК №6  /Демчич В.П./

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ВВЕДЕНИЕ.....	4
2.	ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ	5
3.	КРАТКИЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ВИДОВ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	8
4.	ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ.....	8

ВВЕДЕНИЕ

Междисциплинарный курс МДК 02.02 Маркетинг ландшафтных услуг входит в состав профессионального модуля ПМ.02 Ведение работ по садово-парковому и ландшафтному строительству. МДК 02.02 Маркетинг ландшафтных услуг является профессиональным курсом, устанавливающей знания для получения профессиональных навыков и преподается обучающимся по специальности 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство.

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающимся по специальности 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство разработаны в соответствии с рабочей программой профессионального модуля ПМ.02 Ведение работ по садово-парковому и ландшафтному строительству, соответствуют требованиям Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство (утвержденная приказом Минобрнауки России №461 от 07.05.2014 г.), включая совокупность требований, обязательных при реализации основной профессиональной образовательной программы и программы подготовки специалиста среднего звена (ОПОП ППСЗ) по направлению подготовки 35.00.00 Сельское, лесное и рыбное хозяйство по специальности 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство.

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся содержат информацию о том, сколько и какие темы выносятся на самостоятельное изучение, основную и дополнительную литературу, вопросы для самопроверки, оснащение (литература).

Целью методических рекомендаций, для самостоятельной работы обучающихся является организация и управление самостоятельной работой обучающихся в процессе изучения данного курса.

Форму самостоятельной работы обучающийся выбирает согласно рабочей программе (презентация, заполнение ведомостей, отчетов, конспект). К каждой теме предложен план, вопросы проверки и самопроверки. Это должно помочь обучающимся сориентироваться в изучаемой теме, верно, расставить акценты.

Методические рекомендации предназначены для обучающихся очной формы обучения специальности 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство. По учебному плану по междисциплинарному курсу МДК 02.02 Маркетинг ландшафтных услуг на самостоятельную работу обучающемуся отводится 24 часа.

Выполненная работа позволит приобрести не только знания, но и умения, навыки, а также поможет выработать свою методику подготовки, что очень важно в дальнейшем процессе обучения. Если потребуется консультация, то ее можно получить у преподавателя по графику его работы.

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Междисциплинарный курс МДК 02.02 Маркетинг ландшафтных услуг является профессиональным курсом в составе профессионального модуля ПМ.02 Ведение работ по садово-парковому и ландшафтному строительству, устанавливающей базовые знания для освоения, и преподается обучающимся по специальности 35.02.12 Садово-парковое и ландшафтное строительство на четвертом курсе обучения.

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы по МДК 02.02 Маркетинг ландшафтных услуг разработаны в соответствии с рабочей программой профессионального модуля ПМ.02 Ведение работ по садово-парковому и ландшафтному строительству. Содержание методических рекомендаций по выполнению самостоятельной работы по данной дисциплине соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта.

По учебному плану по междисциплинарному курсу МДК 02.02 Маркетинг ландшафтных услуг на самостоятельную работу обучающемуся отводится 24 часа.

Целью методических рекомендаций является обеспечение эффективности самостоятельной работы обучающегося с литературой на основе организации её изучения.

Задачами методических рекомендаций по самостоятельной работе являются:

- активизация самостоятельной работы обучающихся;
- содействие развитию творческого отношения к данному курсу;
- выработка умений и навыков рациональной работы с литературой;
- управление познавательной деятельностью обучающихся.

Функциями методических рекомендаций по самостоятельной работе являются:

- определение содержания работы обучающихся по овладению программным материалом;
- установление требований к результатам изучения дисциплины.

Сроки выполнения и виды отчетности самостоятельной работы определяются преподавателем и доводятся до сведения обучающихся.

Междисциплинарный курс МДК 02.02 Маркетинг ландшафтных услуг базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных обучающимися при изучении следующих дисциплин: «Обществознание», «Основы менеджмента», «Экономика организации» и др.

Цель преподавания междисциплинарного курса МДК 02.02 Маркетинг ландшафтных услуг: дать обучающимся теоретические знания по основам маркетинга, обеспечить соответствующий кругозор.

В соответствии с рабочей программой профессионального модуля ПМ.02 Ведение работ по садово-парковому и ландшафтному строительству

междисциплинарного курса МДК 02.02 Маркетинг ландшафтных услуг в результате изучения данной дисциплины обучающийся:

должен понимать:

- сущность и социальную значимость своей будущей профессии;
- проявлять к своей профессии устойчивый интерес;

должен знать:

- основные маркетинговые понятия;
- различать понятия качество и конкурентоспособность;
- объекты маркетинга;
- порядок ценообразования;
- основы товарной политики и планирования продукции;

должен уметь:

- составить ведомость по общему объему и ассортименту продукции;
- рассчитывать цены на продукцию;
- использовать экономическую, нормативно – управленческую документацию и справочный материал.

В рамках освоения курса обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

- общими 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. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

- Профессиональными компетенциями:

ПК 2.1	Анализировать спрос на услуги садово-паркового и ландшафтного строительства.
ПК 2.2	Продвигать услуги по садово-парковому и ландшафтному строительству на рынке услуг.
ПК 2.3	Организовывать садово-парковые и ландшафтные работы.

ПК 2.4	Контролировать и оценивать качество садово-парковых и ландшафтных работ.
--------	--

2. КРАТКИЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ВИДОВ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Наименование и краткая характеристика	Количество часов	Вид работы
1. Нормативно-правовая база маркетинговой деятельности РФ	4	Конспект
2. Проанализировать ассортимент растений, выращиваемый в питомниках Крыма	6	Ассортиментная ведомость
3. Этапы принятия решений о покупке товара	4	Конспект
4. Составление отчета по практической работе №1,2	2	Предоставление отчета по практической работе №1 «Исследование спроса на услуги СПиЛС» Практическая работа №2 «Основные стратегии конкурентов»
5. Товарная номенклатура	2	Составление товарной номенклатуры
6. Составление отчета по практической работе №4 Разработка маркетингового плана предприятия	6	Индивидуальное задание презентация маркетингового плана (реклама продукции, предприятия)
Всего	24	

3. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

По каждому вопросу, выносимому на самостоятельную работу обучающемуся, приведены методические рекомендации.

1. Нормативно-правовая база маркетинговой деятельности РФ

Цель: познакомиться с нормативно-правовой базой маркетинговой деятельности Российской Федерации

Оснащение: рекомендуемая литература, законодательная база РФ.

Задание. Конспектирование заданной темы.

Порядок выполнения задания

На основании основной и дополнительной литературы, рекомендуемой к выполнению самостоятельной работы необходимо законспектировать заданный материал. Необходимо рассмотреть предложенные законы, законспектировать важные моменты.

Обучающиеся должны владеть информацией и быть готовы отвечать по всем вопросам, приведенным ниже.

Вопросы для самопроверки и проверки

1. Приведите примеры законодательной базы.
2. Какие составляющие элементы маркетинга регламентирует законодательная база РФ.
3. Правового регулирования средств индивидуализации и средств безопасности товара.
4. Методы государственного управления качеством товаров.
5. Правовой аспект организации и оформления доставки товара.
6. Правовое регулирование торговли, ценообразования, рекламы, Public relations, правовых средств защиты деловой репутации участников маркетинговой деятельности.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гражданский кодекс РФ,
2. Закон РФ «О защите прав потребителей» (в редакции от 9 января 1996г.);
3. Федеральным законом от 13 декабря 1994 г. № 60-ФЗ «О поставках продукции для федеральных государственных нужд», Федеральным законом от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ «О лизинге»;
4. Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании», Законом РФ от 23 сентября 1992 г. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»;
5. Федеральным законом от 14 апреля 1995 г. № 41-ФЗ «О государственном регулировании тарифов на электрическую и тепловую энергию в Российской Федерации»;
6. Законом РСФСР от 22 марта 1991 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», Федеральным законом от 23 июня 1999 г. «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг», Законом РФ от 17 августа 1995 г. «О естественных монополиях»;
7. Законом РФ от 20 февраля 1995 г. «Об информации, информатизации и защите информации», Законом РФ от 27 декабря 1991 г. «О средствах массовой информации», Законом РФ от 9 июля 1993 г. «Об авторском праве и смежных правах», Законом РФ от 23 сентября 1992 г. «О правовой охране программ для ЭВМ и баз данных», Патентным законом от 23 сентября 1993 г.;
8. Законом РФ от 18 июля 1995 г. «О рекламе»;
9. Законом РФ от 22 апреля 1996 г. «О рынке ценных бумаг», Законом РФ от 20 февраля 1992 г. «О товарных биржах и биржевой торговле» — маркетинг на рынке ценных бумаг и товарных биржах, включая маркетинг торгово-посреднических услуг в биржевой деятельности;

10. Законом РФ «О банках и банковской деятельности» (в редакции от 3 февраля 1996 г.) и Законом РФ от 2 декабря 1990 г. «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» (в редакции от 26 апреля 1995 г.) — маркетинг банковской деятельности;
11. Федеральным законом «О страховании» (в редакции от 31 декабря 1997 г.) — страховой маркетинг;
12. Законом РФ от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» — маркетинг в сфере туристской деятельности;
13. Законом РФ от 13 октября 1995 г. «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности» — международный маркетинг ;
14. Указ Президента РФ от 28 февраля 1995 г. № 221 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)», постановление Правительства РФ от 7 марта 1995 г. № 239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)», которые регулируют ценообразование в маркетинге;
15. Правила продажи отдельных видов товаров, утвержденные постановлением Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55; Правила бытового обслуживания населения в Российской Федерации, утвержденные постановлением Правительства РФ от 15 августа 1997 г. №1025; Правила оказания услуг общественного питания, утвержденные постановлением Правительства РФ от 15 августа 1997 г. № 1036, регулирующие сферу сбыта;
16. Порядок рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, утвержденный приказом ГКАП России от 13 ноября 1995 г. № 147, связанный с регулированием маркетинговых коммуникаций, а также конкурентных отношений в маркетинге, и многие другие.

2. Проанализировать ассортимент растений, выращиваемый в питомниках Крыма

Цель: закрепление знаний об ассортименте растений Крыма

Оснащение: данные методические указания, рекомендуемая литература.

Задание. Составить ассортиментную ведомость

Порядок выполнения задания

На основании интернет сайтов питомников Республики Крым (каталогов выращиваемых растений) необходимо составить ассортиментную ведомость.

Обучающиеся на основе полученной информации из интернет – источников должны заполнить ассортиментную ведомость.

Ассортиментная ведомость растений, выращиваемых в питомниках Крыма

№	Название питомника	Адрес нахождения	Русское название растений	Латинское название растений	Фото	Ценовая политика

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

Официальные сайты питомников Крыма:

1. <https://pitomnikov.ru/krym/>
2. <https://экоплант.рф>
3. <https://krim-pitomnik.ru>
4. <https://саженцы-82.рф>
5. <https://sazhentsy-iz-krymskogo-pitomnika.blizko.ru/pages/11415-katalog-sazhentsev-krymskogo-pitomnika>
6. <http://pitomnik.crimea.ua/content/view/23/36>
7. <https://sodovod-crimea.ru>
8. <http://plodopitomnic.ru>
9. <https://green-cont.ru>
10. <http://ipitomnik.ru/>
11. <http://kadan-era.com.ua/>
12. <http://dachnica.net>
13. <http://dionaea.crimea.ua>
14. <http://agrovir.ru>
15. <http://green-continent.com.ua>
16. <http://www.flora-land.com>
17. <http://krim-pitomnik.ru>
18. <http://romashka.pro>
19. <https://artvin-crimea.ru>
20. <http://pitomnik.crimea.ua>

3. Этапы принятия решений о покупке товара

Цель: закрепление знаний о покупке товара, формирование умений пользования справочной литературой.

Оснащение: данные методические указания, рекомендуемая литература.

Задание. Конспектирование заданной темы.

Порядок выполнения практического задания

На основании основной и дополнительной литературы, рекомендуемой к выполнению самостоятельной работы обучающимся необходимо оставить конспект.

Обучающиеся должны владеть информацией и быть готовы отвечать по всем вопросам, приведенным ниже.

Вопросы для самопроверки и проверки

1. Действия, которые выполняет человек (потребитель) во время покупки и использования товара, включая интеллектуальные и социальные процессы, которые предшествуют покупке и следуют за ней.
2. Назовите пять этапов процесса принятия решения о покупке.
3. Охарактеризуйте 1-й этап – Осознание проблемы покупки товара.
4. Охарактеризуйте 2-й этап – Поиск информации: определение ценности.
5. Охарактеризуйте 3-й этап – Оценка вариантов.
6. Охарактеризуйте 4-й этап – Решение о покупке: покупка потребительской ценности.
7. Охарактеризуйте 5-й этап – Поведение потребителя после покупки.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Карпова, С. В.* Основы маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст: электронный //ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426395>

2. *Кузьмина, Е. Е.* Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8980-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437531>

3. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст: электронный //ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442203>

4. Составление отчета по практической работе №1,2

Цель: закрепление знаний, приобщение обучающихся к самостоятельной работе и частично к маркетинговым исследованиям.

Оснащение: данные методические указания, рекомендуемая литература.

Задание. Выполнить индивидуальные практические задания.

Порядок выполнения задания

На основании основной литературы, рекомендуемой к выполнению самостоятельной работы необходимо выполнить индивидуальные практические задания № 1,2, которые отражены в практической работе (предоставление отчета по практической работе №1 «Исследование спроса на

услуги СПиЛС», практическая работа №2 «Основные стратегии конкурентов»)

Вопросы для самопроверки и проверки

1. Маркетинговые исследования – это.....?
2. Виды маркетинговых исследований?
3. Этапы маркетинговых исследований
4. Методы маркетинговых исследований.
2. основные стратегии конкурентов
3. виды конкуренции
4. SWOT – анализ?

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. *Карпова, С. В.* Основы маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426395>

2. *Кузьмина, Е. Е.* Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8980-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437531>

3. *Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442203>*

5. Товарная номенклатура

Цель: формирование знаний о товаре, товарной номенклатуре

Оснащение: данные методические указания, рекомендуемая литература.

Задание. Составление товарной номенклатуры сельскохозяйственного магазина, цветочной лавке.

Порядок выполнения задания

1. На основании основной и дополнительной литературы, рекомендуемой к выполнению самостоятельной работы обучающимся необходимо по данной теме составить товарную номенклатуру. Для этого нужно ознакомиться с деятельностью предприятий.

Вопросы для самопроверки и проверки

1. Товар?
2. Виды товаров?
3. Товарная номенклатура?

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

Карпова, С. В. Основы маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426395>

6. Составление отчета по практической работе №4 Разработка маркетингового плана предприятия

Цель: Приобщить студентов к самостоятельной работе закрепление знаний о составляющих маркетинговой части бизнес-плана

Оснащение: данные методические указания, рекомендуемая литература, ПК.

Задание. Выполнение презентации по заданной теме.

Порядок выполнения заданий

На основании основной и дополнительной литературы, рекомендуемой к выполнению самостоятельной работы, а также составленного маркетингового бизнес-плана необходимо составить презентацию, составить рекламу своей продукции, предприятия.

Обучающиеся должны владеть информацией и быть готовы отвечать по всем вопросам, приведенным ниже.

Презентация должна быть оформлена в программе PowerPoint. Объем презентации должен быть не менее 10 слайдов.

С подготовленной презентацией обучающимся необходимо выступить перед своей группой. Выступление должно быть продолжительностью не более 10 минут.

Вопросы для самопроверки и проверки:

1. Как маркетинговые коммуникации влияют на прибыль фирмы?
2. Какая из маркетинговых коммуникаций наиболее продуктивна?
3. Реклама?
4. Виды рекламы?
5. Зачем перед проведением рекламной компании перед ней ставят цели?

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

Карпова, С. В. Основы маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426395>