**Аннотация рабочей программы профессионального модуля**

|  |
| --- |
|  Продвижение услуг телекоммуникационных систем и |
| информационно-коммуникационных сетей связи |

 *название профессионального модуля*

 **1. Область применения программы**

|  |
| --- |
| Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО [**11.02.11 Сети связи и системы коммутации**](http://ugkr.ru/student/ucheb_metod_portal/usheb_mat_metod_ukazaniya_SS.php)**,** входящей в укрупненную группу специальностей **11.00.00 Электроника, радиотехника и системы связи.** Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и в программах профессиональной подготовки обучающихся укрупненной группы специальностей **11.00.00 Электроника, радиотехника и системы связи** в части освоения основного вида деятельности (ВД):Продвижение услуг телекоммуникационных систем и информационно-коммуникационных сетей связи |

и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1 | Проводить маркетинговые исследования рынка услуг связи для  |
|  | формирования бизнес-планов и бизнес-процессов |
| 5.2 | Выбирать технологии для предоставления различных услуг связи в  |
|  | соответствии с заказами потребителей |
| 5.3 | Заключать торговые сделки, коммерческие и страховые договоры  |
|  | при осуществлении деятельности организации связи |
| 5.4 | Определять стратегию жизненного цикла услуг |

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном образовании в рамках подготовки специалистов по курсу «Продвижение услуг телекоммуникационных систем и информационно-коммуникациоонных сетей связи» на основании основного общего образования. Опыт работы не требуется.

Рабочая программа составляется для очной, заочной, заочной с элементами дистанционных образовательных технологий формам обучения.

**2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля**

В результате освоения обязательной части модуля обучающийся должен иметь практический опыт:

- применения методов изучения рынка отрасли связи и информатизации;

- разработки маркетингового плана продвижения услуг связи, достижения конкурентного преимущества на рынке;

- организации работы по продвижению услуг связи на рынке связи и информатизации;

- составления рекламного продукта;

- решения практических задач рекламы услуг связи;

- поиска и привлечения потенциальных клиентов;

- презентаций и продаж услуг связи;

- работы с жалобами клиентов и выхода из конфликтных ситуаций;

- выбора стратегии поведения на основе психологического типа клиента;

- обслуживания клиентов по телефону;

- получения данных от клиентов;

- решения практических задач методами экспертных оценок;

- выявления и использования конкурентных преимуществ на рынке услуг связи и информатизации;

- расчета коэффициентов качества услуги связи;

- применения инструментария для построения деловых отношений через Интернет;

- электронного ведения бизнеса;

- моделирования и анализа деятельности организации на основе современных информационных технологий;

В результате освоения обязательной части модуля обучающийся должен уметь:

- применять маркетинговый подход к исследованию рынка услуг связи и информатизации;

- решать практические задачи методом экспертных оценок;

- выявлять конкурентные преимущества;

- разрабатывать маркетинговый план;

- разрабатывать концептуальную модель бизнес-плана продвижения услуг связи;

- разрабатывать и работать с компьютерной моделью бизнес-плана продвижения услуг связи;

- определять стратегию жизненного цикла услуг связи;

- определять и выбирать показатели для оценки качества услуг связи;

- владеть методикой определения уровня удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг;

- разрабатывать рекламу услуг;

- определять и выбирать показатели для оценки качества услуг связи и информатизации;

В результате освоения обязательной части модуля обучающийся должен знать:

- методы изучения рынка отрасли связи и информатизации;

- методы изучения конкурентоспособности организации на рынке отрасли связи и информатизации:

- перспективные технологии разработки бизнес-плана;

- стратегические и финансовые аспекты бизнес-плана и их влияние на реализацию намерений и достижение целей компании:

- инструменты маркетингового «микса» и продвижение услуг связи:

- организацию работы по продвижению услуг связи на рынке;

- процессы жизненного цикла услуг связи и информатизации;

- методы ценообразования на рынках услуг связи и информатизации;

- методы контроля и оценки качества предоставляемых услуг;

- качество продукции и цели управления качеством;

- качество продукции и внедрение новых технологий;

- качество продукции и оценку качества услуг связи и информатизации;

- систему менеджмента качества;

- психологическое воздействие рекламного продукта при продвижении услуг связи;

- PR-технологии и продвижение услуг связи;

- методы ценообразования на рынках услуг связи;

- современные информационные системы компаний.

В результате освоения вариативной части модуля обучающийся должен уметь:

- осуществлять контроль качества услуг;

- оценивать качество услуг;

- предъявлять и рассматривать рекламации.

В результате освоения вариативной части модуля обучающийся должен знать:

- основные положения, обоснование необходимости, требования к системам менеджмента качества.

**3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля**

Всего – 387 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 315 часа, включая:

 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 210 часов;

 самостоятельной работы обучающегося – 105 часа;

 производственной практики – 72 часов;

**4. Содержание профессионального модуля**

**Раздел 1.** Владение теоретическими основами оценки конкурентоспособности организации связи и информатизации

**МДК 1.** Теоретические основы оценки конкурентоспособности организации отрасли связи и информатизации

**Тема 1.1.** Маркетинг как философия современного предпринимательства

**Тема 1.2.**Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследовании

**Тема 1.3.** Товар и товарная политика

**Тема 1.4.** Управление маркетинговой деятельностью. Бизнес-план

**Тема 1.5**Качество продукции и цели управления качеством

**Тема 1.6**Система менеджмента качества

**Тема 1.7**Процессы жизненного цикла услуг связи

**Тема 1.8**Качество продукции и внедрение новых технологий

**Тема 1.9**Методы оценки качества продукции и предоставляемых услуг

**Тема 1.10**Методы оценки надежности услуг связи и информатизации

**Тема 1.11**Методы контроля качества продукции

**Тема 1.12**Использование регрессионного анализа для оценки взаимосвязи параметров показателей качеств

**Раздел 2.** Использование методики выбора технологий для продвижения слуг

**МДК 2.** Методика выбора технологий для продвижения услуг

**Тема 2.1.** Сегментирование рынка. Позиционирование товара

**Тема 2.2.** Цена и ценовая политика

**Тема 2.3.** Сбытовая политика

**Тема 2.4.** Коммуникативная политика

**Тема 2.5.** Международный маркетинг