**Аннотация рабочей программы профессионального модуля**

|  |
| --- |
|  Продвижение услуг многоканальных телекоммуникационных систем и |
| сетей электросвязи |

 *название профессионального модуля*

 **1. Область применения программы**

|  |
| --- |
| Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО **11.02.09 Многоканальные телекоммуникационные системы,** 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 многоканальных телекоммуникационных систем и сетей электросвязи |

и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

|  |  |
| --- | --- |
| 6.1 | Проводить маркетинговые исследования рынка услуг электросвязи для  |
|  | формирования бизнес-планов и бизнес-процессов |
| 6.2 | Выбирать технологии для предоставления различных услуг связи в  |
|  | соответствии с заказами потребителей |
| 6.3 | Определять стратегию жизненного цикла услуг электросвязи |
| 6.4 | Применять методы статистического контроля в профессиональной  |
|  | деятельности |

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном образовании в рамках подготовки специалистов по курсу «Продвижение услуг многоканальных телекоммуникационных систем и сетей электросвязи» 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:

- определения стратегии и разработки жизненного цикла услуг связи;

- работы с нормативными документами;

- оценки показателей качества;

- проведения маркетинговых исследований рынка услуг связи;

- формирования бизнес-планов и бизнес-процессов на основе определения видов и разновидностей потребностей и спроса на услуги связи;

- выбора технологии для удовлетворения заказов потребителей на услуги связи;

- применения правил рассмотрения рекламаций;

В результате освоения обязательной части модуля обучающийся должен уметь:

- разрабатывать жизненный цикл услуг связи;

- использовать методы контроля качества;

- применять статистические методы для оценки показателей качества;

- работать с рекламациями;

- проводить анализ кадрового потенциала;

- анализировать внешнюю среду отрасли связи, ее организаций по предоставлению услуг связи;

- проводить маркетинговые исследования;

- оценивать конкурентоспособность товаров и услуг;

- формировать бизнес-планы и бизнес-процессы;

 - анализировать и оценивать эффективность рекламы разных видов;

- осуществлять выбор технологии для предоставления различных услуг связи;

- создавать потребительские предпочтения;

- применять методику определения стратегии жизненного цикла услуг связи;

- использовать нормативные документы, применяемые в процессе управления качеством;

- применять различные методы контроля качества продукции (услуг связи);

- оценивать надежность изделия;

В результате освоения обязательной части модуля обучающийся должен знать:

- особенности семейства стандартов системы менеджмента качества;

- нормативные документы, применяемые в процессе управления качеством;

- теорию оценок качества;

- методы оценки надежности изделий (услуг);

- структуру службы управления персоналом;

- методику осуществления анализа кадрового потенциала;

- основные понятия услуг связи, характерные признаки, классификацию;

- требования к качеству услуг;

- Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН);

- номенклатуру показателей качества услуг;

- методику проведения маркетинговых исследований рынка услуг связи;

- потребительские предпочтения и факторы их формирующие;

- методы изучения рынка;

- методику разработки бизнес-планов и бизнес-процессов;

- специфику рекламных услуг, запреты и ограничения, достоинства и недостатки разных видов реклам;

- виды и возможности различных технологий для предоставления услуг связи;

- рыночный и технологический жизненные циклы, место маркетинга в жизненном цикле услуг связи;

- понятие жизненного цикла, основные стадии;

- методику определения стратегии жизненного цикла услуг связи;

- кадровое, информационное, техническое и правовое обеспечение системы управления персоналом;

- основные показатели качества продукции;

- требования к системам менеджмента качества;

- область применения стандартов системы менеджмента качества;

- методы контроля качества продукции;

- правила предъявления и рассмотрения рекламаций.

В результате освоения вариативной части модуля обучающийся должен уметь:

- определять и выбирать показатели для оценки качества услуг связи;

- решать практические задачи методом экспертных оценок;

В результате освоения вариативной части модуля обучающийся должен знать:

- качество продукции и внедрение новых технологий;

- метод экспертных оценок;

- методы статистического контроля и регулирования качества продукции.

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

Всего – 372 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 300 часа, включая:

 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 200 часов;

 самостоятельной работы обучающегося – 100 часа;

 производственной практики – 72 часов;

**4. Содержание профессионального модуля**

**Раздел 1.** Владение теоретическими основами оценки конкурентоспособности организации отрасли 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 качества

**Раздел 2.** Использование методики выбора технологий для продвижения слуг многоканальных телекоммуникационных систем и сетей электросвязи

**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