

Частное профессиональное образовательное учреждение
«Колледж дизайна, сервиса и права»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.02 Основы маркетинга и менеджмента

2021 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 43.02.03 Стилистика и искусство визажа (углубленная подготовка), примерной программы учебной дисциплины, учебного плана специальности. Является частью ППССЗ образовательного учреждения.

Организация-разработчик: ЧПОУ «Колледж дизайна, сервиса и права»

Разработчик:

Безуглая М.А., преподаватель ЧПОУ «Колледж дизайна, сервиса и права»

РАССМОТРЕНО

на заседании кафедры

«Туризм, гостиничный сервис и экономика»

Протокол №1 от «14» октября 2021 г.

© ЧПОУ «Колледж дизайна, сервиса и права», 2021г.

© Безуглая М.А., 2021г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.02 Основы маркетинга и менеджмента

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена образовательного учреждения в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.03 Стилистика и искусство визажа (углубленная подготовка).

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина относится к общепрофессиональным дисциплинам профессионального учебного цикла.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

уметь	знать	Коды формируемых компетенций (ПК, ОК) и личностных результатов реализации программы воспитания (ЛР)
<ul style="list-style-type: none">– анализировать рынок услуг сферы красоты;– продвигать профессиональные услуги и товары;– рассчитывать расход материалов и препаратов;– рассчитывать стоимость услуг.	<ul style="list-style-type: none">– основные маркетинговые процессы;– технологии продвижения услуг;– основы управления организации;– современные технологии управления организацией.	ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1-9 ОК 1: ЛР1, ЛР4, ЛР6 ОК 2: ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР13, ЛР14 ОК 3: ЛР6, ЛР7, ЛР9 ОК 4: ЛР2 ОК 5: ЛР4, ЛР10 ОК 6: ЛР2, ЛР3, ЛР7, ЛР8, ЛР11, ЛР15 ОК 7: ЛР2, ЛР7 ОК 8: ЛР2, ЛР7 ОК 9: ЛР10, ЛР12 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР12-ЛР15

Программа учебной дисциплины способствует формированию и развитию общих и профессиональных компетенций на основе применения активных и интерактивных форм проведения занятий:

Методы	Формы	Лекции, уроки (час.)	Практические занятия (час.)	Всего (час.)
Проблемная лекция		2		2
Лекция-презентация		10		10
Групповые дискуссии / Семинар			4	4
Деловые / ролевые игры			2	2
Исследовательский / поисковый метод			8	8
Контрольный лист или тест			2	2
	Всего:	12	16	28

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе:	51
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося	34
самостоятельной работы обучающегося	17

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	51
<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	<i>25</i>
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	34
<i>в том числе:</i>	
практические занятия	17
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	17
<i>в том числе:</i>	
подготовка реферата	6
домашняя работа	5
индивидуальное задание (подготовка сообщений, эссе)	6
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.02 Основы маркетинга и менеджмента

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов / в. т.ч. в форме практической подготовки		Уровень освоения	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
		3	4		
<i>1</i>	<i>2</i>	3	4	5	6
Раздел 1. Основы маркетинга		26	16		
Тема 1.1. Сущность маркетинга	Содержание учебного материала	9	6	1, 2	
	1. Сущность, определение и цели маркетинга. Основные маркетинговые процессы. История развития маркетинга. Специфика работы и тенденции салонов красоты				ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1-9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР12-ЛР15
	2. Основные принципы и функции маркетинга и его связь с менеджментом. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности. Стратегический и оперативный маркетинг	2	2		
	3. Концепции маркетинговой деятельности: продуктовая, сбытовая, рыночная. Понятие услуги, товара в маркетинге. Стратегия разработки нового товара, услуги. Системы маркетинговой информации и маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования рынка индустрии красоты и их специфика для региона, город	2	2		
	4. Комплекс маркетинга и его составляющие: товар, цена, место, продвижение. Теория конкуренции и маркетинг. Уровни конкурентных отношений. Конкурентоспособность в маркетинге. Методы определения конкурентоспособности.				
	Практические занятия				
	1. Анализ ситуации на рынке товаров и услуг сферы красоты.				
	2. Выявление набора предоставляемых услуг и порядка их оказания; определения миссии, маркетинговых целей и задач рассмотренных услуг (обзор официальных веб-сайтов салонов красоты).	2	2		
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение индивидуальных заданий – сообщений по темам «Маркетинг как наука, философия и искусство», «Маркетинг в XX и в XXI веке: общее и особенное» Выполнение домашнего задания: 1) презентация «Маркетинг в цифровую эпоху: сущность и проблемы»; 2) разработка и представление кейса «Рынок услуг сферы красоты»	3	-		
Тема 1.2. Цена: сущность и основные подходы к ценообразованию	Содержание учебного материала	6	2	1, 2, 3	
	1. Понятие и сущность цены. Факторы, влияющие на установление цены продукта				ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1-9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11,
	2. Механизмы ценообразования на продукцию. Методы ценообразования	2	-		
	3. Основные виды ценовой стратегии. Управление ценами: скидки и демпинг				
	Практические занятия				
	1. Расчет расхода материалов и препаратов	2	2		

	2.	Расчет себестоимости услуг и процедур				ЛР12-ЛР15
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Подготовка сообщений</i> по теме «Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности», «Возникновение и развитие сервиса в России» <i>Выполнение домашнего задания</i> – рассчитать прейскурант предприятия сферы индустрии красоты в соответствии с алгоритмом		2	-		
Тема 1.3. Технологии продвижения услуг	Содержание учебного материала		11	8	2, 3	ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1-9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР12-ЛР15
	1.	Основные виды продвижения: реклама, паблисити, стимулирование сбыта, персональные продажи. Комплекс продвижения. Основные цели продвижения	2	2		
	2.	Особенности продвижения бренда в сфере индустрии красоты. Маркетинговые коммуникации и конкурентные стратегии в отрасли	2	2		
	3.	Мероприятия целевого маркетинга для индустрии красоты. Системы маркетинговой информации. Специфика рекламы в сфере индустрии красоты.				
	Практические занятия					
	1.	Основные этапы процесса разработки рекламной кампании	2	2		
	2.	Семинар. Групповая дискуссия на тему: «Комплекс маркетинговых коммуникаций сегодня и вчера»	2	2		
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Выполнение индивидуальных заданий</i> Темы эссе: «Реклама в XXI веке – что нового?», «Повторение – мать учения» в рекламе: тенденции и опасности», «Печатные СМИ: проблемы XXI века», «Интернет и реклама сегодня и вчера», «Реклама на улице и на транспорте как грань между раздражением, развлечением и этикой», «Реклама на радио и телевидении: метод продвижения или зомбирование?» <i>Подготовка реферата</i> на тему: «Технологии продвижения услуг для индустрии красоты»		3	-		
Раздел 2. Основы менеджмента			25	9		
Тема 2.1. Развитие теории и практики менеджмента	Содержание учебного материала		8	-	2, 3	ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1-9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР12-ЛР15
	1.	Три основных этапа развития менеджмента: древний период, индустриальный период и период систематизации, основные даты, имена и события				
	2.	Понятие «организация», концепция жизненного цикла организации. Внутренняя и внешняя среда организации (их характеристики). Виды организации: формальная и неформальная. Горизонтальное и вертикальное разделение труда, их особенности. Другие виды разделения труда: квалификационное, функциональное и др.	2	-		
	Практические занятия					
	1.	Разделение труда на предприятии. Построение вертикального и горизонтального разделения труда на предприятии.				
2.	Анализ внешней среды предприятия. SWOT –анализ. Определение оценки эффективности оргструктур: коэффициент звенности, коэффициент территориальной концентрации (Кт.к), коэффициент эффективности организационный (Кэ)	2	-			

	Самостоятельная работа обучающихся <i>Выполнение домашнего задания</i> по темам: «Предмет и функции менеджмента, система управления в сфере индустрии красоты», «Функции менеджмента, их специфика в индустрии красоты» <i>Подготовка реферата</i> на тему: «Этапы развития менеджмента, развитие менеджмента в России, основные даты и представители. Основные школы управления»		4	-		
Тема 2.2. Функции управления	Содержание учебного материала		8	4	2, 3	
	1.	Понятие «функции менеджмента». Характеристика функций менеджмента: планирование, организация, контроль, мотивация				ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1-9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР12-ЛР15
	2.	Понятие «принципы управления». Общие принципы управления: принцип применимости, принцип системности, принцип многофункциональности, принцип интеграции, принцип ориентации на ценности. Частные принципы: принцип оптимального сочетания централизации и децентрализации, коллегиальность, принцип научной обоснованности, принцип плановости, принцип сочетания прав, обязанностей и ответственности, принцип частной автономности и свободы, принцип иерархичности и обратной связи, принцип мотивации, демократизация управления, принцип государственной законности, принцип органической целостности объекта и субъекта управления, принцип устойчивости и мобильной системы	2	2		
	3.	Понятие «метод управления». Характеристика методов управления: организационно-административный метод управления, экономический метод, социально-психологический метод, самоуправление				
	Практические занятия					
	1.	Разработка системы методов менеджмента для своего предприятия	2	2		
	2.	Деловая игра «Эффективное управление предприятием сферы индустрии красоты»				
Самостоятельная работа обучающихся <i>Подготовка реферата на темы:</i> «Техника и технология менеджмента в индустрии красоты, ее особенности», «Организационная структура менеджмента» <i>Выполнение индивидуальных заданий</i> – подготовка сообщений по темам: «Менеджмент персонала», «Функции руководства»		4	-			
Тема 2.3. Обеспечение эффективности деятельности организации	Содержание учебного материала		9	5	2	
	1.	Стиль руководства. Понятие стиля руководства. Классификация стилей руководства по различным признакам (по способу воздействия на подчиненных, по форме, по способу передачи распоряжений, по характеру использования). Основные стили руководства и их характеристика (авторитарный, демократический, либеральный)				ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1-9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР12-ЛР15
	2.	Управление персоналом. Отбор, оценка и прием на работу персонала. Понятие «персонал», организация деятельности кадровых служб, факторы управления персоналом. Процесс отбора персонала, планирование персонала, критерии оценки сотрудников, методы оценки персонала и прием на работу. Понятие «управленческий труд», его особенности, процесс управленческого труда в организации. Основные направления рациональной организации труда. Культура управленческого труда	1	1		
	Практические занятия					
1.	Выполнение тестового задания: определение стиля управления по «решетке менеджмента» в заданной ситуации	3	-			

	2.	Расчет коэффициентов: выбытия кадров, оборота по приему, текучести кадров, общего оборота кадров, среднесписочную численность персонала		2		
	3.	Семинар на тему: «Современные технологии управления организацией»	2	2		
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Выполнение индивидуальных заданий</i> – тема эссе «Внутрифирменное управление на предприятии сферы индустрии красоты»		1	-		
Дифференцированный зачет			2	-		
Всего:			51	25		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины предполагает наличие учебного кабинета маркетинга и менеджмента.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- фонд слайдовых презентаций.

Технические средства обучения:

- компьютер, экран, проектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Грибов, В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2021. — 224 с. — ISBN 978-5-406-08244-7. — URL: <https://book.ru/book/939313>. — Текст : электронный.

Дополнительные источники:

1. Грибов, В.Д. Основы маркетинга сферы услуг : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2021. — 168 с. — ISBN 978-5-406-08011-5. — URL: <https://book.ru/book/938869> — Текст : электронный.

2. Грибов, В.Д. Менеджмент : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2021. — 275 с. — ISBN 978-5-406-02602-1. — URL: <https://book.ru/book/936258> — Текст : электронный.

3. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом».

4. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом».

5. Казначевская, Г.Б. Менеджмент : учебник / Казначевская Г.Б. — Москва : КноРус, 2021. — 240 с. — ISBN 978-5-406-03004-2. — URL: <https://book.ru/book/936304>. — Текст : электронный.

6. Парамонова, Т.Н. Маркетинг : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. — Москва : КноРус, 2021. — 189 с. — ISBN 978-5-406-08292-8. — URL: <https://book.ru/book/939281> — Текст : электронный.

Интернет-ресурсы:

1. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/>

2. Тематический портал «Маркетинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.web-3.ru>

3. Журнал «Новый маркетинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://new-marketing.ru>

4. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» [Электронный

ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grebennikoff.ru/product/3/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, тестирования, внеаудиторной самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<i>1</i>	<i>2</i>
Уметь:	
анализировать рынок услуг сферы красоты;	Практические занятия по теме 1.1
продвигать профессиональные услуги и товары;	Практические занятия №1 и №2 по теме 1.3
рассчитывать расход материалов и препаратов;	Практическое занятие №1 по теме 1.2
рассчитывать стоимость услуг	Практическое занятие №2 по теме 1.2
Знать:	
основные маркетинговые процессы;	Индивидуальные задания по теме 1.1
технологии продвижения услуг;	Практические занятия №1 и №2 по теме 1.3, индивидуальные задания по теме 1.3, реферат «Технологии продвижения услуг для индустрии красоты»
основы управления организации;	Практическое занятие №1 по теме 2.2, деловая игра «Эффективное управление предприятием сферы индустрии красоты», индивидуальные задания по теме 2.2
современные технологии управления организацией	Практическое занятие №3 (семинар) по теме 2.3