

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.11 Маркетинг косметических услуг**

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).

2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина введена в профессиональный учебный цикл специальности 43.02.03 Стилистика и искусство визажа за счет часов вариативной части ФГОС СПО как общепрофессиональная дисциплина.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- исследовать и прогнозировать рынок косметических услуг;
- иметь представление о механизме функционирования маркетинговых подразделений в составе структуры управления организацией;
- разрабатывать и внедрять комплекс маркетинга предприятия (салона красоты);
- анализировать информацию и формировать подходы маркетингового развития и совершенствования деятельности организации (салона красоты);
- оценивать конкурентоспособность организаций и ее конкурентные преимущества;
- приобретать новые знания, используя современные образовательные и информационные технологии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**

- роль маркетинга в экономическом развитии отдельного предприятия (салона красоты) и страны в целом;
- базовые понятия маркетинга;
- методы и способы комплексного исследования рынка косметических услуг, подходы к сегментации рынка;
- роль товара (косметической услуги) в маркетинговой деятельности предприятий (салонов красоты);
- основы позиционирования товаров и услуг, варианты управления жизненным циклом товара (услуги);
- принципы формирования товарной политики предприятия (салона красоты);
- подходы к формированию ценовой политики и методы ценообразования;
- роль маркетинговых коммуникаций при формировании спроса на косметические услуги и стимулировании сбыта;
- варианты организации деятельности маркетинговой службы и факторы, влияющие на их выбор.

4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 48 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 32 часа;

самостоятельной работы обучающегося 16 часов.

5. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	48
<i>в том числе в форме практической подготовки</i>	8
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	32
<i>в том числе:</i>	
практические занятия	16

Самостоятельная работа обучающегося (всего)	16
<i>в том числе:</i>	
реферат	2
домашняя работа (опорный конспект, презентация)	4
индивидуальное задание (сообщение, словарь)	10
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

Содержание дисциплины

Тема 1. Социально-экономические основы маркетинга;

Тема 2. Предмет маркетингового анализа;

Тема 3. Маркетинговые исследования рынка косметических услуг;

Тема 4. Покупательское поведение потребителей;

Тема 5. Комплекс маркетинга косметических услуг;

Тема 6. Конкурентоспособность предприятия и продукции (услуг);

Тема 7. Разработка плана маркетинга;

Тема 8. Каналы распределения и продвижение товаров и услуг;

Тема 9. Кадровая политика.

В рабочей программе представлены:

- результаты освоения учебной дисциплины;
- структура и содержание учебной дисциплины;
- условия реализации учебной дисциплины;
- контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.

Содержание рабочей программы учебной дисциплины полностью соответствует содержанию ФГОС СПО по специальности 43.02.03 Стилистика и искусство визажа (углубленная подготовка) и обеспечивает практическую реализацию ФГОС СПО в рамках образовательного процесса.