

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 организацией;– 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> | 25 |
| 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 | 2 | 2 | | 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 | | | | |
| | 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 | 2 | | |
| | 2. Выявление набора предоставляемых услуг и порядка их оказания; определения миссии, маркетинговых целей и задач рассмотренных услуг (обзор официальных веб-сайтов салонов красоты). | | | | |
| | 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 | 2 | - | | 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 | | | | |
| | 3. Основные виды ценовой стратегии. Управление ценами: скидки и демпинг | | | | |
| | Практические занятия | 2 | 2 | | |
| | 1. Расчет расхода материалов и препаратов | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|---|-----------|----------|------|--|
| | 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 | - | | |

| | | | | | |
|---|---|---|----------|------|--|
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся Выполнение домашнего задания по темам: «Предмет и функции менеджмента, система управления в сфере индустрии красоты», «Функции менеджмента, их специфика в индустрии красоты» Подготовка реферата на тему: «Этапы развития менеджмента, развитие менеджмента в России, основные даты и представители. Основные школы управления»</p> | 4 | - | | |
| <p>Тема 2.2. Функции управления</p> | <p>Содержание учебного материала</p> | 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, коллегальность, 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» | | | |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся Подготовка реферата на темы: «Техника и технология менеджмента в индустрии красоты, ее особенности», «Организационная структура менеджмента» Выполнение индивидуальных заданий – подготовка сообщений по темам: «Менеджмент персонала», «Функции руководства»</p> | 4 | - | | |
| <p>Тема 2.3. Обеспечение эффективности деятельности организации</p> | <p>Содержание учебного материала</p> | 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 |