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

ЧПОУ "КОЛЛЕДЖ ДИЗАЙНА, СЕРВИСА И ПРАВА"
1.2.643.100.4=120A3338323730363536363636,
1.2.643.100.3=120B3033323733383135393438,
1.2.643.100.1=120D3132313338303030313031313236,
1.2.643.3.131.1.1=120C3338313235323033383335
36, email=elenadikova@mail.ru, c=RU, st=38
Иркутская область, l=Иркутск, street=УЛ.
ЧКАЛОВА, Д. 36, o=ЧПОУ "КОЛЛЕДЖ ДИЗАЙНА,
СЕРВИСА И ПРАВА", cn=ЧПОУ "КОЛЛЕДЖ
ДИЗАЙНА, СЕРВИСА И ПРАВА", title=ДИРЕКТОР,
givenName=ЕЛЕНА СЕРГЕЕВНА, sn=ДИКОВА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.11 Маркетинг косметических услуг

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), 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** 9
4. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** 10

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.11 Маркетинг косметических услуг

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 введена в профессиональный учебный цикл специальности 43.02.03 Стилистика и искусство визажа за счет часов вариативной части ФГОС СПО как общепрофессиональная дисциплина.

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)**
– 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.	– 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;	**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 **ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР13-ЛР15**

	– роль маркетинговых коммуникаций при формировании спроса на косметические услуги и стимулировании сбыта; – варианты организации деятельности маркетинговой службы и факторы, влияющие на их выбор.	

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

Формы / Методы	Лекции, уроки (час.)	Практические занятия (час.)	Всего (час.)
Проблемная лекция	4		4
Метод проекта		2	2
Исследовательский / поисковый метод		8	8
Работа в группах		4	4
Всего:	**4**	**14**	**18**

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе:	48
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося	32
самостоятельной работы обучающегося	16

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем часов***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	***48***
в том числе в форме практической подготовки	*8*
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	***32***
в том числе:	
практические занятия	*16*
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	***16***
в том числе:	
реферат	*2*
домашняя работа (опорный конспект, презентация)	*4*
индивидуальное задание (сообщение, словарь)	*10*
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.11 Маркетинг косметических услуг

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
1	*2*		*3*	*4*	*5*	*6*
Тема 1. Социально-экономические основы маркетинга	**Содержание учебного материала**		**6**	***2***	*1, 2*	
	1.	**Социально-экономические основы маркетинга**. Цели, задачи и предмет дисциплины маркетинг косметических услуг. Понятие маркетинга и история его возникновения. Концепции маркетинга. Виды маркетинга.	2	*2*		**ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1- 9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР13-ЛР15**
	Практические занятия		2	-		
	1.	Отработка маркетинговых понятий и использование основных категорий маркетинга в практической деятельности. Разработка вариантов формирования структур маркетинговых служб.				
	Самостоятельная работа обучающихся **Выполнение домашнего задания** на тему: «Роль маркетинга в деятельности салонов красоты»		2	-		
Тема 2. Предмет маркетингового анализа	**Содержание учебного материала**		**6**	-	*1, 2*	
	1.	**Предмет маркетингового анализа**. Анализ рыночных возможностей, выявление новых рынков. Понятие маркетинговой среды, ее компоненты. Факторы макросреды (экономические, политико-правовые, социальные, экологические, технологические). Факторы микросреды (поставщики, конкуренты, предприятие, посредники, потребители, контактные аудитории).	2	-		**ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1- 9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР13-ЛР15**
	Практические занятия		2	-		
	1.	Изучение и анализ контролируемых и неконтролируемых факторов маркетинговой среды, влияющих на работу салона красоты с учетом особенностей маркетинга косметических услуг.				
	Самостоятельная работа обучающихся **Выполнение индивидуальных заданий** – подготовка сообщений по темам: «Факторы макросреды», «Факторы микросреды»; – составление словаря терминов по маркетингу косметических услуг.		2	-		
Тема 3. Маркетинговые исследования рынка косметических услуг	**Содержание учебного материала**		**6**	***2***	*2*	
	1.	**Маркетинговые исследования рынка косметических услуг**. Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация. Сегментация рынка косметических услуг и поиск целевых сегментов.	2	-		**ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1- 9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР13-ЛР15**
	Практические занятия		2	*2*		
	1.	Разработка анкеты и проведение опроса потребителей. Выполнение маркетингового исследования и анализ результатов собранной информации.				
	Самостоятельная работа обучающихся **-** подготовка реферата на тему: «Общий подход к сегментированию рынка».		2	-		
Тема 4.	**Содержание учебного материала**		**6**	-	*2*	

Покупательское поведение потребителей	1.	**Покупательское поведение потребителей**. Модель покупательского поведения. Основные характеристики покупателей. Факторы покупательского поведения. Реакция покупателей на покупку.	2	-		**ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1- 9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР13-ЛР15**
	Практические занятия		2	-		
	1.	Оценка поведения различных групп покупателей.				
	Самостоятельная работа обучающихся **Выполнение индивидуальных заданий –** подготовка сообщений по темам: «Состояния спроса и задачи маркетинга», «Основные способы опроса», «Факторы покупательского поведения», «Процесс принятия решения о покупке».		2	-		
Тема 5. Комплекс маркетинга косметических услуг	**Содержание учебного материала**		**4**	-	*2*	
	1.	**Комплекс маркетинга косметических услуг.** Товарная политика. Виды классификации товара (услуг). Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл товара. Влияние этапа жизненного цикла товара на маркетинговые действия фирмы. Ценовая политика. Стратегия и тактика салона красоты при установлении цены. Разработка ценовой политики. Методы ценообразования.	2	-		**ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1- 9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР13-ЛР15**
	Самостоятельная работа обучающихся **Выполнение домашнего задания:** - подготовка презентации по теме: «Реклама в системе маркетинговых коммуникаций предприятия»		2	-		
Тема 6. Конкурентоспособность предприятия и продукции (услуг)	**Содержание учебного материала**		**6**	-	*2*	
	1.	**Конкурентоспособность предприятия и продукции (услуг).** Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Методы оценки уровня конкурентоспособности продукции (услуг)	2	-		**ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1- 9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР13-ЛР15**
	Практические занятия		2	-		
	1.	Оценка уровня конкурентоспособности косметических услуг. Оценка конкурентоспособности салона красоты и его конкурентных преимуществ.				
	Самостоятельная работа обучающихся **Выполнение индивидуальных заданий –** подготовка сообщений по темам: «Основные понятия и виды конкуренции», «Характерные признаки конкуренции», «Способы создания и поддержания конкурентной среды; критерии оценки конкурентоспособности»		2	-		
Тема 7. Разработка плана маркетинга	**Содержание учебного материала**		**6**	***2***	*2*	
	1.	Разделы плана маркетинга. Разработка бюджета плана маркетинга.	2	-		**ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1- 9 ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР13-ЛР15**
	Практические занятия		2	*2*		
	1.	Разработка плана маркетинга салона красоты				
	Самостоятельная работа обучающихся **Выполнение индивидуальных заданий –** подготовка сообщений по темам: «Этапы плана маркетинга», «Структура плана маркетинга», «Анализ плана маркетинга»		2	-		
Тема 8. Каналы распределения и	**Содержание учебного материала**		**4**		*2*	
	Практические занятия					**ПК 1.4, 2.6, 3.4, 4.5 ОК 1- 9**
	1	Каналы распределения косметических услуг. Продвижение косметических услуг.	2			

продвижение товаров и услуг	**Самостоятельная работа обучающихся** **Выполнение индивидуальных заданий –** подготовка сообщений по темам: «Природа каналов распределения. Функции канала распределения. Число уровней канала распределения», «Решения по проблемам товародвижения».		2	-		**ЛР1, ЛР2, ЛР3, ЛР4, ЛР6-ЛР11, ЛР13-ЛР15**
Тема 9. Кадровая политика	**Содержание учебного материала**		**2**	***2***	*2*	
	Практические занятия					
	1	Анализ внешних и внутренних факторов, определяющих направления маркетинговой деятельности салона красоты в области кадровой политики.	2	*2*		
		Дифференцированный зачет	**2**			
		Всего:	**48**	***8***		

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;
- фонд слайдовых презентаций;
- комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения:

- компьютер, экран, проектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Беляев, В.И. Основы маркетинга сферы услуг : учебник / Беляев В.И., Бутакова М.М., Бутакова Е.В., Пяткова О.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 215 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07098-7. — URL: https://book.ru/book/934313. — Текст : электронный.

Дополнительные 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.
2. 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.
3. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом».
4. 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. Журнал «Маркетолог» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.marketolog.ru - Загл. с экрана.
2. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru - Загл. с экрана.
3. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.marketingandresearch.ru - Загл. с экрана.
4. Маркетинг [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://marketingmix.com.ua - Загл. с экрана.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
1	*2*
Уметь:	
исследовать и прогнозировать рынок косметических услуг;	Практические занятия по теме 3
иметь представление о механизме функционирования маркетинговых подразделений в составе структуры управления организацией;	Практические занятия по теме 1
разрабатывать и внедрять комплекс маркетинга предприятия (салона красоты);	Практические занятия по теме 7
анализировать информацию и формировать подходы маркетингового развития и совершенствования деятельности организации (салона красоты);	Практические занятия по теме 7
оценивать конкурентоспособность организаций и ее конкурентные преимущества;	Практические занятия по теме 6
приобретать новые знания, используя современные образовательные и информационные технологии	Выполнение индивидуальных заданий
Знать/понимать:	
роль маркетинга в экономическом развитии отдельного предприятия (салона красоты) и страны в целом;	Выполнение домашнего задания на тему: «Роль маркетинга в деятельности салонов красоты»
базовые понятия маркетинга;	Практическое занятие по теме 1
методы и способы комплексного исследования рынка косметических услуг, подходы к сегментации рынка;	Практические занятия по теме 3, подготовка реферата на тему: «Общий подход к сегментированию рынка».
роль товара (косметической услуги) в маркетинговой деятельности предприятий (салонов красоты);	Подготовка презентации по теме: «Реклама в системе маркетинговых коммуникаций предприятия».
основы позиционирования товаров и услуг, варианты управления жизненным циклом товара (услуги);	Практические занятия по теме 3, подготовка реферата на тему: «Общий подход к сегментированию рынка».
принципы формирования товарной политики предприятия (салона красоты);	Подготовка презентации по теме: «Реклама в системе маркетинговых коммуникаций предприятия».
подходы к формированию ценовой политики и методы ценообразования;	Тестирование
роль маркетинговых коммуникаций при формировании спроса на косметические услуги и стимулировании сбыта;	Тестирование
варианты организации деятельности маркетинговой службы и факторы, влияющие на их выбор.	Практическое занятие по теме 1, тестирование