Министерство образования Новосибирской области

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Новосибирской области «Новосибирский колледж парикмахерского искусства»

Согласовано

_____

_____

_____

Утверждаю

Директор ГАПОУ НСО «Новосибирский колледж парикмахерского искусства»

_____ Л.М.Хомутова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА

Специальность среднего профессионального образования
43.02.03 Стилистика и искусство визажа

Рассмотрено на заседании МК
преподавателей учебных дисциплин
Протокол № 01 от «30» августа 2021г.

Председатель МК
_____ Ячменева Е.Н.

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,** укрупненная группа профессий **43.00.00 Сервис и туризм**.

Срок получения СПО по ППССЗ в очной форме обучения – 2 г. 10 мес.

Организация-разработчик:

ГАПОУ НСО «Новосибирский колледж парикмахерского искусства»

Разработчики:

Алферова Л.С., зам директора по УПР

Черницкая Н.В., методист ВК

Черновская О.С. преподаватель экономики

Рассмотрена и рекомендована к утверждению на заседании методической комиссии преподавателей учебных дисциплин

30.08.2021 г. протокол № 1

© ГАПОУ НСО «Новосибирский колледж парикмахерского искусства», 2021.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **43.02.03 Стилистика и искусство визажа,** укрупненная группа профессий **43.00.00 Сервис и туризм**.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по специальности «Стилистика и искусство визажа» на базе среднего профессионального образования и наличии опыта работы и при профессиональной подготовке на базе основного общего образования или среднего общего образования, без требований к наличию опыта работы.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

дисциплина входит в профессиональный учебный цикл.

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

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

- анализировать рынок услуг сферы красоты;
- продвигать профессиональные услуги и товары;
- рассчитывать расход материалов и препаратов;
- рассчитывать стоимость услуг.

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

- основные маркетинговые процессы;
- технологии продвижения услуг;

- основы управления организации;
- современные технологии управления организацией.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 98 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 68 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 30 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем часов***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**98**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**68**
в том числе:	
лабораторные занятия	0
практические занятия	20
контрольные работы	2
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**30**
в том числе:	
домашняя работа (составление таблицы, рекламного буклета, конспекта, анализ информационных материалов, выполнение аналитических расчетов)	30
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета	

2.2. Рабочий тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы маркетинга и менеджмента»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
1	*2*		*3*	*4*
Раздел 1. Общие понятия, принципы и функции маркетинга			**12**	
Тема 1. 1. Основные понятия маркетинга	**Содержание учебного материала**		4	
	1.	Понятие и сущность маркетинга		1
	2.	Предпосылки возникновения и этапы раз вития маркетинга		1
	3.	Принципы, цели и задачи маркетинга		2
	4.	Функции маркетинга		2
	5.	Основные базовые категории маркетинга		2
Тема 1.2. Типы маркетинга	**Содержание учебного материала**		4	
	1.	Понятие и основные характеристики рынка. Субъекты и объекты маркетинга		2
	2.	Типы маркетинга		2
	3.	Комплекс маркетинга		2
	4.	Концепция управления маркетингом		2
	Самостоятельная работа обучающихся по разделу 1: ***I. выполнение домашних заданий*** ***Виды работ:*** 1.Составление плана (тезисов) ответа по заданию преподавателя 2. Составление конспекта 3.Составление таблиц, направленных на систематизацию учебных материалов ***Примерная тематика домашних заданий:*** 1. Понятие и сущность маркетинга 2. Предпосылки возникновения и этапы раз вития маркетинга		4	

	3. Принципы, цели и задачи маркетинга 4. Функции маркетинга 5. Основные базовые категории маркетинга 6. Понятие и основные характеристики рынка 7. Субъекты и объекты маркетинга 8. Типы маркетинга 9. Комплекс маркетинга 10. Концепция управления маркетингом		
Раздел 2. Планирование, стратегия и тактика маркетинга		**34**	
Тема 2. 1. Маркетинговые исследования	**Содержание учебного материала**	4	
	1. Анализ рыночных отношений		2
	2. Маркетинговые исследования		2
	3. Маркетинговая информация		2
	4. Окружающая среда маркетинга: микросреда и макросреда		2
	5. Розничный рынок. Розничные предприятия сферы услуг		2
	6. Оптовый рынок		2
	Практическое занятие №1. Анализ рынка сферы бытового обслуживания НСО и составление перечня и характеристики предприятий сферы красоты	4	
	Практическое занятие №2. Анализ информационных материалов и составление сравнительной таблицы «Стоимость и характеристика услуг, предъявляемых потребителю в салонах красоты»		
Тема 2. 2. Исследование целевых сегментов рынка	**Содержание учебного материала**	2	
	1. Исследование рынка. Изучение спроса		2
	2. Сегментация рынка. Отбор целевых сегментов		2
	3. Позиционирование товара и услуг на рынке. Технологии продвижения услуг		2
	Практическое занятие №3. Составление анкеты и анкетирование по-	4	

	требителей сферы услуг		
	Практическое занятие №4. Анализ информационных материалов и составление схемы сегментации рынка потребительских товаров		
Тема 2.3. Маркетинговые операции	**Содержание учебного материала**	3	
	1. Разработка и классификация товаров		2
	2. Жизненный цикл товара		2
	3. Ценообразование и ценовое регулирование. Факторы ценообразования		2
	4. Товародвижение и сбыт		2
	5. Коммуникационная политика		2
	6. Организация рекламной деятельности в сфере услуг		2
	Практическое занятие №5. Расчет себестоимости эстетических услуг (шаги 1-6).	6	
	Практическое занятие №6. Расчет себестоимости эстетических услуг (шаг 7).		
	Практическое занятие №7. Анализ информационных материалов и составление рекламного проспекта предприятия сферы услуг		
	Контрольная работа №1 по разделам 1-2. Основы маркетинга	1	
	Самостоятельная работа обучающихся по разделу 2: ***I.выполнение домашних заданий*** ***Виды работ:*** 1.Составление плана (тезисов) ответа по заданию преподавателя 2.Составление таблиц, направленных на систематизацию учебных материалов 3. Расчет себестоимости 4. Составление рекламного проспекта ***Примерная тематика домашних заданий:*** 1. Анализ рыночных отношений 2. Маркетинговые исследования	10	

	3.	Маркетинговая информация 4. Характеристика микросреды 5. Характеристика макросреды 6. Характеристика розничного рынка. 7. Характеристика оптового рынка 8. Исследование рынка. Изучение спроса 9. Сегментация рынка. Отбор целевых сегментов 10. Позиционирование товара и услуг на рынке 11. Современные технологии продвижения услуг 12. Разработка и классификация товаров 13. Жизненный цикл товара 14. Ценообразование и ценовое регулирование 15. Товародвижение и сбыт 16. Коммуникационная политика 17. Организация рекламной деятельности в сфере услуг		
Раздел 3. Общие понятия менеджмента			**24**	
Тема 3. 1. Сущность и характерные черты менеджмента	**Содержание учебного материала**		2	
	1.	Понятие менеджмента. Историческое развитие менеджмента		2
	2.	Характерные черты, стадии, цель и задачи менеджмента		2
	3.	Специфика менеджмента в России		2
Тема 3.2. Общие характеристики организации	**Содержание учебного материала**		6	
	1.	Понятие организации. Жизненный цикл организации		2
	2.	Взаимодействие человека и организации		2
	3.	Формальные и неформальные группы		2
	4.	Внешняя и внутренняя среда организации. Анализ состояния внешней среды (PEST-анализ)		3
	5.	Микросреда организации. Анализ компонентов микросреды		2
	6.	Анализ состояния внутренней среды (SWOT-анализ)		3

	Практическое занятие №8. Составление PEST и SWOT -анализа предприятия сферы услуг		2	
Тема 3. 3. Структура управления организацией	**Содержание учебного материала**		4	
	1.	Понятие разделения труда. Горизонтальное и вертикальное разделение труда		2
	2.	Организационная структура управления. Типы организационных структур		2
	3.	Процесс проектирования организационной структуры		3
	Практическое занятие №9. Составление таблицы «Характеристика организационных структур по доминирующим реакциям»		2	
	Самостоятельная работа обучающихся по разделу 3: ***I. выполнение домашних заданий*** ***Виды работ:*** 1. Составление плана (тезисов) ответа по заданию преподавателя 2. Составление таблиц, направленных на систематизацию учебных материалов 3. Выполнение аналитических расчетов ***Примерная тематика домашних заданий:*** 1. Понятие, характерные черты, стадии, цель и задачи менеджмента 2. Зарубежный опыт менеджмента 3. Специфика менеджмента в России 4. Понятие и жизненный цикл организации 5. Взаимодействие человека и организации 6. Характеристика формальных и неформальных групп 7. Анализ состояния внешней среды (PEST-анализ) 8. Анализ компонентов микросреды 9. Анализ состояния внутренней среды (SWOT-анализ) 10. Характеристика горизонтального разделения труда 11. вертикального разделения труда		8	

	12. Характеристика типов организационных структур 13. Процесс проектирования организационной структуры			
Раздел 4. Принципы и функции менеджмента			**28**	
Тема 4.1. Управленческий цикл, модели и методы управления	**Содержание учебного материала**		8	
	1	Основные принципы менеджмента		2
	2	Понятие системы управления		2
	3	Классификация методов управления организации		2
	4	Организационно-административные методы управления		2
	5	Экономические методы управления		2
	6	Социально-психологические методы управления		2
	7	Самоуправление		2
Тема 4.2. Основные функции менеджмента	**Содержание учебного материала**		6	
	1.	Основы управления организации		2
	2.	Функция планирования		2
	3.	Функция организации		2
	4.	Функция мотивации		2
	5.	Функция контроля		2
Тема 4.3. Принятие управленческих решения	**Содержание учебного материала**		3	
	1.	Управленческое решение. Подходы к классификации управленческих решений		2
	2.	Методы принятия решений		2
	3.	Уровни принятия решений		2
	Практическое занятие №10. Анализ ситуационных заданий и составление таблицы «Методы управления и основные характеристики видов воздействия»		2	
	Контрольная работа №2 по разделам 3-4. Основы менеджмента		1	
	Самостоятельная работа обучающихся по разделу 4:		8	

	I. выполнение домашних заданий ***Виды работ:*** 1. Составление плана (тезисов) ответа по заданию преподавателя 2. Составление таблиц, направленных на систематизацию учебных материалов ***Примерная тематика домашних заданий:*** 1. Основные принципы менеджмента 2. Характеристика системы управления 3. Классификация методов управления организации 4. Характеристика организационно-административных методов управления 5. Характеристика экономических методов управления 6. Характеристика социально-психологических методов управления 7. Характеристика самоуправления 8. Основы управления организации 9. Характеристика функции планирования 10. Характеристика функции организации 11. Характеристика функции мотивации 12. Характеристика функции контроля 13. Характеристика подходов к классификации управленческих решений 14. Методы принятия решений 15. Уровни принятия решений		
	Всего:	**98**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:
1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы учебной дисциплины имеется комплексно-методическое обеспечение по учебной дисциплине. Занятия проводятся в кабинете гуманитарных и социально-экономических дисциплин.

Оборудование кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект таблиц по курсу «Основы маркетинга и менеджмента»;
- учебно-методическая литература;
- нормативный, дидактический и раздаточный материал по темам курса;
- мультимедийные презентации для практических занятий по темам курса.

Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедийный проектор, проекционный экран или интерактивная доска.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг: учебник. – 11-е изд. – М.: ИЦ «Академия», 2017.

2. Драчева Е.Л., Юликов Л.И. Менеджмент: учебник. – 17-е изд. – М.: ИЦ «Академия», 2017.

Дополнительные источники:

1. Синицына О.Н. Основы маркетинга сферы услуг: учебник для студентов учреждений СПО. – М.: ИЦ «Академия», 2018.

Интернет-ресурсы:

1. http://pmanag.samgtu.ru/sites/pmanag.samgtu.ru/files/menedzhment_i_marketing.pdf

2. http://window.edu.ru/resource/664/78664/files/balakhonova.pdf

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<table>
<tr><th>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</th><th>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</th></tr>
<tr><td>Умения:</td><td></td></tr>
<tr><td>анализировать рынок услуг сферы красоты</td><td rowspan="4">Наблюдение и экспертная оценка за деятельностью обучающихся на практических занятиях и интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающихся в процессе освоения дисциплины
Экспертная оценка соответствия оформления отчётов по практическим занятиям предъявляемым требованиям
Экспертная оценка продуктов деятельности обучающегося:
– таблиц,
– сравнительных характеристик,
– результатов аналитических расчетов,
– планов ответа и др.</td></tr>
<tr><td>продвигать профессиональные услуги и товары</td></tr>
<tr><td>рассчитывать расход материалов и препаратов</td></tr>
<tr><td>рассчитывать стоимость услуг</td></tr>
<tr><td>Знания:</td><td></td></tr>
<tr><td>основные маркетинговые процессы</td><td rowspan="3">Дифференцированный зачет
Контрольная работа
Текущий контроль (устный опрос, тестирование)
Тематический контроль
Взаимоконтроль обучающихся в парах
Самоконтроль</td></tr>
<tr><td>технологии продвижения услуг</td></tr>
<tr><td>основы управления организации</td></tr>
</table>

современные технологии управления организацией	Экспертная оценка продуктов деятельности обучающегося, в том числе внеурочной самостоятельной работы: – таблиц, – планов и тезисов ответов, – конспектов, – сравнительных характеристик, – результатов аналитических расчетов.