

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Свердловской области  
**«Свердловский областной педагогический колледж»**  
(ГАПОУ СО «СОПК»)

12.443.1001-1-1208032323131303313133337, 12.443.1001-1-12001130323630032333337363834  
title=директор, o=ГАПОУ СО «СОПК», street=УЛ КУМАШЕВА, ДОМ 20, l=Екатеринбург, st=66  
Свердловская область, c=RU, givenName=Татьяна Сергеевна, sn=Самонина, st=ГАПОУ СО  
«СОПК»  
Date: 2021.09.21 16:58:34 +05'00'

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОП.В.10. ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**  
**54.02.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы**  
**(по видам)**  
**Очная форма обучения**

**Рассмотрена** на заседании кафедры художественного образования 20 мая 2020г., протокол № 10

Заведующий кафедрой:

 / И.Н. Вахонин/

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования

**Утверждена** решением научно-методического совета ГАПОУ СО «СОПК» протокол №11 от 03 июня 2020г.

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.В.10. Эффективный маркетинг в малом бизнесе разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 54.02.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы, утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 октября 2014 г. , 1389.

Организация-разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Свердловской области «Свердловский областной педагогический колледж»

**Разработчик:**

Касьянова Е. Б., преподаватель кафедры управления в социальной сфере  
Бортникова О. В., преподаватель ВКК

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>стр. 4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>6</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>9</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>10</b>

# **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.В.10. ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

## **1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.В.10. Эффективный маркетинг в малом бизнесе является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы по специальности 54.02.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы.

Применение данной рабочей программы направлено на формирование элементов основных видов профессиональной деятельности (ВПД):

ПК 2.5. Планировать работу коллектива исполнителей и собственную деятельность.

ПК 3.1. Осуществлять педагогическую и учебно-методическую деятельность в образовательных организациях дополнительного образования детей (детских школах искусств по видам искусств), общеобразовательных организациях, профессиональных образовательных организациях.

ПК 3.4. Использовать индивидуальные методы и приемы работы с учетом возрастных, психологических и физиологических особенностей обучающихся.

ПК 3.6. Применять классические и современные методы преподавания, анализировать особенности отечественных и мировых художественных школ.

В части освоения соответствующих **общих компетенций (ОК):**

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе, обеспечивать его сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

## **1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

Основной целью изучения учебной дисциплины «Эффективный маркетинг в малом бизнесе» является создание условий для формирования и развития у студентов навыков Маркетингового и правового сопровождения малого бизнеса в сфере декоративно-прикладного искусства, его продвижения, осуществления практической деятельности, что позволит студенту качественно повысить уровень своей профессиональной подготовки.

<b>КОД ПК, ОК</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
ПК 2.5, ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.6. ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управлять маркетингом организации малого бизнеса.</li> <li>• Принимать управленческие маркетинговые решения (УМР).</li> <li>• Построить службу маркетинга в сфере малого бизнеса.</li> <li>• Применять полученные знания на практике в своей деятельности.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Содержание сферы малого бизнеса.</li> <li>• Классификация услуг сферы малого бизнеса в условиях сервисной экономики.</li> <li>• Макро- и микросреда маркетинга сферы малого бизнеса.</li> <li>• Инфраструктурное обеспечение сферы малого бизнеса.</li> <li>• Конкурентные стратегии хозяйственного портфеля.</li> <li>• Конкурентные стратегии на функциональном уровне.</li> <li>• Оценка конкурентоспособности товара/услуги.</li> <li>• Выставочно-ярмарочная деятельность как форма маркетинговых коммуникаций.</li> <li>• Маркетинг в сфере товарного обращения.</li> <li>• Маркетинг в концепции маркетинга услуг.</li> <li>• Маркетинговые стратегии в сфере услуг.</li> <li>• Аутсорсинг сетевой кооперации.</li> </ul>

## **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Эффективный маркетинг в малом бизнесе»**

### **2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы учебной дисциплины</b>	<b>Объем</b>
<b>Объем образовательной программы</b>	<i>48</i>
в том числе:	
теоретическое обучение	14
лабораторные работы	0
практические занятия	18
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено для специальностей)</i>	0
контрольная работа	0
<i>Самостоятельная работа</i>	16
<b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Эффективный маркетинг в малом бизнесе»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
2	3	4	5
<b>Тема 1. Маркетинг как философия современного бизнеса.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	ПК 2.5, ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.6. ОК 1., ОК 2. , ОК 3. , ОК 4.
	Содержание сферы малого бизнеса. Классификация услуг сферы малого бизнеса. Концепции, функции и принципы маркетинга	2	
<b>Тема 2 Разработка комплекса маркетинга для малой организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ПК 2.5, ПК 3.1, ПК 3.4, ПУ 3.6. ОК 1., ОК 2. , ОК 3.
	Товар, товарная политика. Услуга. Формирование цены. Коммуникационная модель маркетинга	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4</b>	
	1. Микро и макросреда маркетинга.	2	
	2. Инфраструктурное обеспечение маркетинга.	2	
<b>Тема 3. Стратегии маркетинга в условиях конкуренции</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	ПК 3.4, ПК 3.6. ОК 1., ОК 2. , ОК 3.
	Оценка конкурентноспособности товара(услуги). Выработка конкурентной стратегии.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>	
	1. Государственная поддержка малого предпринимательства.	2	
<b>Тема 4. Формы активного продвижения художественных промыслов и товаров</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ПК 2.5, ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.6. ОК 1., ОК 2. , ОК 3. , ОК 4. , ОК 5. ,
	<b>1. Реклама как инструмент эффективного маркетинга</b>	<b>2</b>	
	Сущность и виды рекламы. Реклама как инструмент маркетинга. Правила рекламы. Эффективность рекламной деятельности. Элемент маркетинговых коммуникаций, формы стимулирования сбыта товара, методы стимулирования сбыта продукции		
	<b>2. Паблик рилейшнз и и имидж малой организации</b>	<b>2</b>	
	взаимодействие с органами государственной власти, изучение общественного мнения, прогнозирование экономических тенденций на базе комплексных маркетинговых социально-психологических исследований, содействие формированию корпоративной культуры в трудовом коллективе, фирменного стиля и социальной ответственности, формирование		

	имиджмейкинга сотрудников и первых лиц компании		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>2</b>	
	1.Определить предмет, цель, задачи, целевая аудитория, классификационные признаки ярмарочной /выставочной/ торговли	2	
<b>Тема 5. Специфика маркетинговых технологий в художественной отрасли малого бизнеса</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	ПК 2.5, ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.6.,ОК 4. ,ОК 5. ,
	Маркетинговая модель для организации культуры, традиционная маркетинговая модель, арт-продукт. Оценка и характеристика Способы продажи и продвижения народных промыслов и художественных объектов определяется стратегия сбыта; определяются альтернативные каналы сбыта; происходит оценка каналов сбыта; выбираются партнеры.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	
	1.Интернет-продажи, аукционы и другие формы.	2	
	2.Создание частной галереи и художественного салона как инструмент продвижения.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4</b>	
	1.Посещение мастер класса.	2	
	2.Анализ мероприятия.	2	
<b>Тема 6. Оценка эффективности маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ПК 2.5, ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.6.ОК 1.,ОК 2. , ОК 3. ,ОК 4. ,ОК 5.
	Принципы эффективности маркетингом. Показатели качества маркетинга. Контроль в маркетинге	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	
	1.Работа по оценке эффективности маркетинговой кампании	2	
	2.Работа по оценке эффективности рекламной кампании.	2	
<b>Тема 7. Рыночные возможности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	ПК 2.5, ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.6.ОК 1.,ОК 2. , ОК 3. ,ОК 4. ,ОК 5. ,
	Поиск новых рынков. Оценка маркетинговых возможностей. Сравнение перспективных рынков. Отбор целевого рынка. Этапы разработки маркетинговой стратегии. Понятие бренда.		
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>8</b>	
	1.Анализ рыночных возможностей.	2	
	2.Отбор целевых рынков для организации предприятия.	2	
	3.Разработка маркетинговых стратегий предприятий.	2	
	4.Организации маркетинговых мероприятий предприятия.	2	
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4</b>		

	1.Выявить потребности (молодежный сегмент)	2	
	2.Выявить потребности (семьи с детьми)	2	
<b>Зачет</b>		<b>2</b>	
		Всего:	48

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы дисциплины «Эффективный маркетинг в малом бизнесе» требует наличия учебного кабинета гуманитарных и социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета:

- стул ученический – 30 шт;
- стол ученический 2х местный – 15шт;
- стул полумягкий – 1 шт;
- стол письменный – 1 шт;
- корзина для бумаг – 1 шт;
- доска магнитная меловая одноэлементная – 1 шт;
- доска магнитная маркерная одноэлементная – 1 шт;

Учебно-методический комплекс:

- учебная литература (предложена в информационном обеспечении) – 30 шт.

Технические средства:

- персональный компьютер с выходом в интернет – 1 шт;
- мультимедийный проектор – 1 шт;
- мышь компьютерная – 1 шт;
- клавиатура – 1 шт;
- лицензионное программное обеспечение на 1 персональный компьютер (операционная система WindowsXP, 7, MicrosoftOffice (2003, 2007))

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы

##### **3.2.1 Печатные источники**

1. Карпова, С.В., Фирсова И.А. Основы маркетинга : Учеб, пособие.- Москва: 2017. – ISBN-978-5-222-18385-4. - Текст : непосредственный – ИНФРА-М - 1000 экз.
2. Коротков, А, В. Маркетинговые исследование: Учеб. Пособия. – Москва: 2019. – ISBN- 978-5-9916-9651-7. - Текст : непосредственный – ЮНИТИ – ДАНА - 2000 экз.
3. Папирян, Г.А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме.- Москва: 2016 – ISBN- 5-279-01878-3. - Текст : непосредственный – Финансы и статистика - 1500 экз.

##### **3.2.2. Электронные издания:**

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451920> (дата обращения: 12.01.2021).

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
уметь		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управлять маркетингом организации малого бизнеса</li> <li>• Принимать управленческие маркетинговые решения (УМР)</li> <li>• Построить службу маркетинга в сфере малого бизнеса</li> <li>• Применять полученные знания на практике в своей профессиональной деятельности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу;</li> <li>- накопительная система баллов, на основе которой выставляется итоговая отметка;</li> </ul>	Организация и проведение маркетинговых мероприятий в условиях малого бизнеса
знать		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Содержание сферы малого бизнеса</li> <li>• Классификация услуг сферы малого бизнеса в условиях сервисной экономики</li> <li>• Макро- и микросреда маркетинга сферы малого бизнеса</li> <li>• Инфраструктурное обеспечение сферы малого бизнеса</li> <li>• Конкурентные стратегии хозяйственного портфеля</li> <li>• Конкурентные стратегии на функциональном уровне</li> <li>• Оценка конкурентоспособности товара (услуги)</li> <li>• Выставочно-ярмарочная деятельность как форма маркетинговых коммуникаций</li> <li>• Маркетинг в сфере товарного обращения</li> <li>• Маркетинг в строительстве концепции маркетинга услуг.</li> <li>• Маркетинговые стратегии в сфере услуг</li> <li>• Аутсорсинг сетевой кооперации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу;</li> <li>- накопительная система баллов, на основе которой выставляется итоговая отметка;</li> </ul>	Устный дифференцированный зачет.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

**СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП**

Сертификат 710858474967985478426001373498448859431888587349

Владелец Симонова Татьяна Сергеевна

Действителен с 26.09.2022 по 26.09.2023