

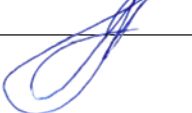
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Свердловской области
«Свердловский областной педагогический колледж»
(ГАПОУ СО «СОПК»)

12.6443.1001-1-1208893232313130383131333337, 12.6443.1001-1-1200313032269032333337363834
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

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

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.

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

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

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы учебной дисциплины	Объем
Объем образовательной программы	<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
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

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
Тема 1. Маркетинг как философия современного бизнеса.	Содержание учебного материала	2	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	
Тема 2 Разработка комплекса маркетинга для малой организации	Содержание учебного материала	6	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	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
	1. Микро и макросреда маркетинга.	2	
	2. Инфраструктурное обеспечение маркетинга.	2	
Тема 3. Стратегии маркетинга в условиях конкуренции	Содержание учебного материала	4	ПК 3.4, ПК 3.6. ОК 1., ОК 2. , ОК 3.
	Оценка конкурентоспособности товара(услуги). Выработка конкурентной стратегии.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	1. Государственная поддержка малого предпринимательства.	2	
Тема 4. Формы активного продвижения художественных промыслов и товаров	Содержание учебного материала	6	ПК 2.5, ПК 3.1, ПК 3.4, ПК 3.6. ОК 1., ОК 2. , ОК 3. , ОК 4. , ОК 5. ,
	1. Реклама как инструмент эффективного маркетинга	2	
	Сущность и виды рекламы. Реклама как инструмент маркетинга. Правила рекламы. Эффективность рекламной деятельности. Элемент маркетинговых коммуникаций, формы стимулирования сбыта товара, методы стимулирования сбыта продукции		
	2. Паблик рилейшнз и и имидж малой организации	2	
	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		
	Самостоятельная работа обучающихся:	2	
	1.Определить предмет, цель, задачи, целевая аудитория, классификационные признаки ярмарочной /выставочной/ торговли	2	
Тема 5. Специфика маркетинговых технологий в художественной отрасли малого бизнеса	Содержание учебного материала	10	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;	2	
	В том числе практических занятий	4	
	1.Интернет-продажи, аукционы и другие формы.	2	
	2.Создание частной галереи и художественного салона как инструмент продвижения.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
	1.Посещение мастер класса.	2	
	2.Анализ мероприятия.	2	
Тема 6. Оценка эффективности маркетинга	Содержание учебного материала	6	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	
	В том числе практических занятий	4	
	1.Работа по оценке эффективности маркетинговой кампании	2	
	2.Работа по оценке эффективности рекламной кампании.	2	
Тема 7. Рыночные возможности	Содержание учебного материала	12	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.		
	В том числе практических занятий	8	
	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	
Самостоятельная работа обучающихся	4		

	1.Выявить потребности (молодежный сегмент)	2	
	2.Выявить потребности (семьи с детьми)	2	
Зачет		2	
		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"> • Управлять маркетингом организации малого бизнеса • Принимать управленческие маркетинговые решения (УМР) • Построить службу маркетинга в сфере малого бизнеса • Применять полученные знания на практике в своей профессиональной деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> - традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу; - накопительная система баллов, на основе которой выставляется итоговая отметка; 	Организация и проведение маркетинговых мероприятий в условиях малого бизнеса
знать		
<ul style="list-style-type: none"> • Содержание сферы малого бизнеса • Классификация услуг сферы малого бизнеса в условиях сервисной экономики • Макро- и микросреда маркетинга сферы малого бизнеса • Инфраструктурное обеспечение сферы малого бизнеса • Конкурентные стратегии хозяйственного портфеля • Конкурентные стратегии на функциональном уровне • Оценка конкурентоспособности товара (услуги) • Выставочно-ярмарочная деятельность как форма маркетинговых коммуникаций • Маркетинг в сфере товарного обращения • Маркетинг в строительстве концепции маркетинга услуг. • Маркетинговые стратегии в сфере услуг • Аутсорсинг сетевой кооперации. 	<ul style="list-style-type: none"> - традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу; - накопительная система баллов, на основе которой выставляется итоговая отметка; 	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