

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

**Инженерная школа одежды**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.02**

(Индекс дисциплины)

**Основы маркетинга и менеджмента.**

(Наименование дисциплины)

Цикловая комиссия: Общепрофессиональных дисциплин

Специальность: 43.02.03 Стилистика и искусство визажа.

Квалификация: Визажист - стилист

Программа подготовки: Углубленная

**План учебного процесса**

| Составляющие учебного процесса  |  | Очное обучение | Очно-заочное обучение | Заочное обучение |
|---|--|----------------|-----------------------|------------------|
| Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы) | <b>Максимальная учебная нагрузка</b>                   | <b>68</b>      |                       |                  |
|   | <b>Обязательные учебные занятия</b>                    | <b>48</b>      |                       |                  |
|   | Лекции, уроки  | 40             |                       |                  |
|   | Практические занятия, семинары                         | 8              |                       |                  |
|   | Лабораторные занятия                                   |                |                       |                  |
|   | Курсовой проект (работа)                               |                |                       |                  |
|   | <b>Самостоятельная работа</b><br>(в т.ч. консультации) | 20(2)          |                       |                  |
| Формы контроля по семестрам<br>(номер семестра)   | Экзамен  |                |                       |                  |
|   | Дифференцированный зачет                               | 3              |                       |                  |
|   | Контрольная работа                                     |                |                       |                  |
|   | Курсовой проект (работа)                               |                |                       |                  |

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.03 «Стилистика и искусство визажа», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07.05.2014 г. № 467(ред.2021 г)

и на основании учебного плана № 21-02-1-22

Составитель(и): Беккер Т.С.  
*(должность, Ф.И.О., подпись)*

Председатель цикловой  
комиссии: Семашкевич С.И.  
*(Ф.И.О. председателя, подпись)*

### **СОГЛАСОВАНИЕ:**

Директор колледжа: Вершигора А.В.  
*(Ф.И.О. директора, подпись)*

Методический отдел: Ястребова С. А.  
*(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)*

# 1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре ППСЗ

Самостоятельная  Обязательная  Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл   
Часть модуля  Вариативная  Математический и общий естественнонаучный учебный цикл   
Профессиональный учебный цикл

Профессиональный модуль:  \_\_\_\_\_  
(Индекс модуля) (Наименование профессионального модуля)

## 1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области маркетинга и менеджмента, развить умения применять свои знания на практике.

## 1.3. Задачи дисциплины

- Раскрыть предмет и принципы маркетинга и менеджмента, задачи организации в условиях перехода к рыночной экономике.
- Раскрыть классификацию труда в организации.
- Познакомить с методами управления.
- Раскрыть основные этапы маркетинговой деятельности.
- Помочь обучающимся приобрести навыки изучения спроса.

## 1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе освоения дисциплины

Общекультурные: (ОК)

- Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК 1).
- Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2).
- Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях (ОК 3).
- Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4).
- Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности (ОК 5).
- Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, заказчиками (ОК 6).
- Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения задания (ОК 7).
- Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 8).
- Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности (ОК 9).

Профессиональные: (ПК)

- Коррекция и окрашивание бровей, окрашивание ресниц. Организовывать заключительные работы по обслуживанию заказчика (ПК 1.4).
- Выполнение салонного и специфического макияжа. Организовывать заключительные работы по обслуживанию заказчика (ПК 2.6).
- Выполнение фейс-арта, боди-арта. Организовывать заключительные работы по обслуживанию заказчика (ПК 3.4).
- Создание индивидуального стиля заказчика в соответствии с запросами, историческими стилями и тенденциями моды. Организовывать заключительные работы по обслуживанию заказчика (ПК 4.5).

## 1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- Уметь:
- 1) анализировать рынок услуг сферы красоты (ОК 1- ОК 5, ОК 7- ОК 9, ПК 1.4, ПК 2.6, ПК 3.4, ПК 4.5)
  - 2) продвигать профессиональные услуги и товары (ОК 1- ОК 9, ПК 1.4, ПК 2.6, ПК 3.4, ПК 4-5)
  - 3) рассчитывать расход материалов и препаратов (ОК 2- ОК 9, ПК 1.4, ПК 2.6, ПК 3.4, ПК 4.5)

4) рассчитывать стоимость услуг (ОК 2- ОК 9, ПК 1.4, ПК 2.6, ПК 3.4, ПК 4.5)

- Знать: 1) основные маркетинговые процессы (ОК 1- ОК 9, ПК 1.4, ПК 2.6, ПК 3.4, ПК 4.5)  
 2) технологии продвижения услуг (ОК 1- ОК 9, ПК 1.4, ПК 2.6, ПК 3.4, ПК 4.5)  
 3) основы управления организации (ОК 1- ОК 9, ПК 1.4, ПК 2.6, ПК 3.4, ПК 4.5)  
 4) современные технологии управления организацией (ОК 1- ОК 9, ПК 1.4, ПК 2.6, ПК 3.4, ПК 4.5)

**1.6. Дисциплины (модули, практики) ППСЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:**

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования

**2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

| Наименование и содержание тем и форм контроля  | Выделяемое время (часы) |                       |                  |
|--|-------------------------|-----------------------|------------------|
|  | очное обучение          | очно-заочное обучение | заочное обучение |
| Тема 1. Понятие и сущность маркетинга<br>Введение. Цели и задачи маркетинга. Основные этапы становления и развития маркетинга. Концепции маркетинга. Типы и виды маркетинга. Принципы, функции и методы маркетинга.  | 4                       |                       |                  |
| Тема 2. Окружающая среда маркетинга<br>Основные элементы макро- и микросреды предприятия. Система факторов, влияющих на рыночное поведение предприятия. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды.   | 6                       |                       |                  |
| Тема 3. Рынок и рыночные показатели. Сегментирование рынка<br>Понятие рынка, его виды, принципы деятельности. Содержание и основное назначение рыночных показателей: емкость, конъюнктура рынка, доля рынка, контролируемая фирмой.<br>Понятие сегментирования рынка. Основные критерии и принципы сегментирования. Выбор целевых сегментов рынка. Стратегия охвата рынка. Позиционирование товара на рынке. | 6                       |                       |                  |
| Тема 4. Маркетинговые исследования рынка<br>Понятие, значение, цель маркетинговых исследований. Этапы исследований. Методы сбора информации. Вторичная и первичная информация.   | 2                       |                       |                  |
| Тема 5. Покупательское поведение потребителей<br>Модели покупательского поведения. Основные характеристики покупателей. Процесс принятия решения о покупке товара.   | 8                       |                       |                  |
| Тема 6. Основы товарной политики и планирование продукции<br>Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Товарная марка и упаковка. Жизненный цикл товара. Основные направления товарной политики. Этапы разработки нового товара. Пробный маркетинг. Коммерческое производство товаров. Проблема сокращения сроков разработки товаров.  | 4                       |                       |                  |
| Тема 7. Конкуренция и конкуренты<br>Понятие и виды конкуренции. Стратегии конкуренции. Конкурентоспособность товара и фирмы.   | 2                       |                       |                  |
| Тема 8. Ценовая политика в условиях рынка<br>Понятие и сущность цены. Виды цен. Общие подходы к ценообразованию. Факторы, влияющие на установление цены товара. Влияние цены на спрос и предложение.   | 4                       |                       |                  |
| <b>Текущий контроль по дисциплине (тестовый опрос, проверка домашних заданий)</b>  | 2                       |                       |                  |
| Тема 9. Введение в менеджмент<br>Понятие менеджмента, его содержание и место в системе социально-экономических категорий. Практические предпосылки возникновения менеджмента. Менеджмент как наука и искусство. История развития менеджмента. Школы менеджмента. Национальные особенности менеджмента.   | 2                       |                       |                  |

| Наименование и содержание тем и форм контроля   | Выделяемое время (часы) |                       |                  |
|---|-------------------------|-----------------------|------------------|
|   | очное обучение          | очно-заочное обучение | заочное обучение |
| Тема 10. Организация как объект менеджмента<br>Сущность предпринимательской деятельности, ее виды. Принципы и методы менеджмента. Типы менеджмента. Объект и субъект управления. Понятие и виды организаций. Факторы внутренней и внешней среды организации. Внутренняя среда организации: цели организации, дерево целей, задачи, технология. Организационная структура управления. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Уровни управления. Типы организационных структур. Делегирование полномочий. Трудовые ресурсы как элемент внутренней среды организации. Внешняя среда и ее воздействие на организацию. Характеристика внешней среды, ее состав. Жизненный цикл организации. | 6                       |                       |                  |
| Тема 11. Функции менеджмента<br>Цикл менеджмента. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Функция организации. Современные теории мотивации труда. Сущность мотиваций и их роль в повышении эффективности организации. Потребности как основа мотивации. Содержательные теории мотивации. Первичные и вторичные потребности. Процессуальные теории мотивации. Использование мотивации в практике менеджмента. Функция контроля: сущность, виды, этапы контроля. «Управляющая пятерня».  | 4                       |                       |                  |
| Тема 12. Управленческие решения<br>Виды управленческих решений. Требования, предъявляемые к управленческим решениям. Процесс принятия решений. Принципы и методы принятия решений. Уровни принятия решений. Организация и контроль выполнения решений.  | 2                       |                       |                  |
| Тема 13. Руководство организацией как социальной системой<br>Лидерство, руководство, власть. Источники власти, виды власти. Методы влияния на подчиненных. Партнерство. Требования к менеджеру. Авторитет менеджера. Самоменеджмент.  | 4                       |                       |                  |
| Тема 14. Деловое и управленческое общение<br>Барьеры общения и пути их устранения. Виды и формы делового общения. Фазы делового общения. Основные типы собеседников. Проведение переговоров, совещаний, бесед, встреч. Транзакты. Управленческое общение, его функции и назначение. Два закона управленческого общения. «Шкала отношений». Основные характеристики подчиненных. Психологические приемы достижения расположенности подчиненных (аттракция). Деловой этикет.  | 2                       |                       |                  |
| Тема 15. Стили управления. Управление конфликтами и стрессами на производстве. Понятие и характеристика стилей руководства. «Решетка менеджмента», ее содержание. Сущность и классификация конфликтов. Причины возникновения конфликтов. Стадии развития конфликта. Правила поведения в конфликте. Методы управления конфликтами. Последствия конфликтов: функциональные, дисфункциональные. Стресс: природа и причины. Методы снятия стресса. Пути предупреждения стрессовых ситуаций.   | 4                       |                       |                  |
| <b>Текущий контроль по дисциплине</b> (тестовые задания, устный опрос, проверка домашних заданий)   | <b>2</b>                |                       |                  |
| <b>Консультации</b>   | <b>2</b>                |                       |                  |
| <b>Промежуточная аттестация по дисциплине</b> (зачет)   | <b>2</b>                |                       |                  |
| <b>ВСЕГО:</b>   | <b>68</b>               |                       |                  |

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

#### 3.1. Лекции, уроки

| Номера изучаемых тем | Очное обучение |              | Очно-заочное обучение |              | Заочное обучение |              |
|----------------------|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
|                      | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра        | Объем (часы) | Номер семестра   | Объем (часы) |
| Тема 1               | 3              | 4            |                       |              |                  |              |
| Тема 2               | 3              | 4            |                       |              |                  |              |

| Номера изучаемых тем | Очное обучение |              | Очно-заочное обучение |              | Заочное обучение |              |
|----------------------|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
|                      | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра        | Объем (часы) | Номер семестра   | Объем (часы) |
| Тема 3               | 3              | 4            |                       |              |                  |              |
| Тема 4               | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 5               | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 6               | 3              | 4            |                       |              |                  |              |
| Тема 7               | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 8               | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 9               | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 10              | 3              | 4            |                       |              |                  |              |
| Тема 11              | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 12              | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 13              | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 14              | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 15              | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| <b>ВСЕГО:</b>        |                | <b>40</b>    |                       |              |                  |              |

### 3.2. Практические занятия, семинары

| Номера изучаемых тем | Наименование и форма занятий   | Очное обучение |              | Очно-заочное обучение |              | Заочное обучение |              |
|----------------------|--|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
|                      |  | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра        | Объем (часы) | Номер семестра   | Объем (часы) |
| Тема 5               | Практическое занятие<br>Тема «Покупательское поведение потребителей»<br>Практическая работа.<br>Анализ поведения потребителя при совершении покупки. | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 8               | Текущий контроль   | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 15              | Текущий контроль   | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Тема 15              | <b>Промежуточная аттестация.</b>   | 3              | <b>2</b>     |                       |              |                  |              |
| <b>ВСЕГО:</b>        |  |                | <b>8</b>     |                       |              |                  |              |

### 3.3. Лабораторные занятия (не предусмотрены)

## 4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ (не предусмотрено)

## 5. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

| Номера тем, по которым проводится контроль | Форма контроля знаний     | Очное обучение |        | Очно-заочное обучение |        | Заочное обучение |        |
|--|---------------------------|----------------|--------|-----------------------|--------|------------------|--------|
|  |                           | Номер семестра | Кол-во | Номер семестра        | Кол-во | Номер семестра   | Кол-во |
| Темы 1-8                                   | Проверка домашних заданий | 3              | 1      |                       |        |                  |        |
| Темы 1-8                                   | Тестовые задания          | 3              | 1      |                       |        |                  |        |
| Темы 9-15                                  | Тестовые задания          | 3              | 1      |                       |        |                  |        |
| Темы 9-15                                  | Устный опрос              | 3              | 1      |                       |        |                  |        |

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

| Виды самостоятельной работы обучающегося | Очное обучение |              | Очно-заочное обучение |              | Заочное обучение |              |
|--|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
|  | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра        | Объем (часы) | Номер семестра   | Объем (часы) |
| Усвоение теоретического материала        | 3              | 14           |                       |              |                  |              |

| Виды самостоятельной работы обучающегося | Очное обучение |              | Очно-заочное обучение |              | Заочное обучение |              |
|--|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
|  | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра        | Объем (часы) | Номер семестра   | Объем (часы) |
| Выполнение домашних заданий              | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| Подготовка к зачету                      | 3              | 2            |                       |              |                  |              |
| <b>ВСЕГО:</b>                            |                | <b>18</b>    |                       |              |                  |              |

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### 7.1. Характеристика видов и используемых активных и интерактивных форм занятий

| Краткая характеристика вида занятий  | Используемые активные и интерактивные формы   | Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы) |                       |                  |
|--|---|--|-----------------------|------------------|
|  |   | очное обучение   | очно-заочное обучение | заочное обучение |
| <b>Лекции, уроки:</b><br>Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами, широко используется зарубежный и отечественный опыт по соответствующей тематике. Лекции формируют базовые знания для дальнейшей самостоятельной работы. | Проблемная лекция, лекция-презентация, лекция-диалог.   | 24   |                       |                  |
| <b>Практические занятия, семинары:</b><br>На практических занятиях разъясняются теоретические положения курса, обучающиеся работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками самостоятельного принятия решения по различным ситуациям.  | Поиск вариантов решения проблемных ситуаций. Проверка знаний в виде тестирования по пройденным темам. | 8  |                       |                  |
| <b>Лабораторные занятия:</b><br>Не предусмотрены   |   |  |                       |                  |
| <b>ВСЕГО:</b>  |   | 32   |                       |                  |

### 7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

| № п/п             | Вид деятельности обучающегося   | Весовой коэффициент значимости, % | Критерии (условия) начисления баллов  |
|-------------------|---|-----------------------------------|---|
| 1                 | Аудиторная активность: посещение лекций и практических занятий, прохождение промежуточного теста, ответы на вопросы устного опроса. | 70                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 бала за каждое занятие (всего 24 занятия в семестре), максимум 48 баллов;</li> <li>• 2 балла за каждый правильный ответ на вопрос теста текущего контроля (всего 10 вопросов в тесте, 2 теста в семестре), максимум 40 баллов;</li> <li>• 1 балл за каждый правильный ответ на вопрос устного опроса (всего 12 вопросов), максимум 12 баллов.</li> </ul> |
| 2                 | Зачет   | 30                                | Ответ на теоретические вопросы (полнота, владение терминологией) – 20 баллов за правильный ответ на вопрос, всего 5 вопросов, максимум 100 баллов.  |
| <b>ИТОГО (%):</b> |   | 100                               |   |

## Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

| Баллы    | Оценка по нормативной шкале |
|----------|-----------------------------|
| 86 - 100 | 5 (отлично)                 |
| 75 – 85  | 4 (хорошо)                  |
| 61 – 74  |                             |
| 51 - 60  |                             |
| 40 – 50  | 3 (удовлетворительно)       |
| 17 – 39  | 2 (неудовлетворительно)     |
| 1 – 16   |                             |
| 0        |                             |

## 8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Учебная литература

#### а) основная учебная литература

1. Панцуркина, Т. К. Основы менеджмента : учебное пособие для СПО / Т. К. Панцуркина. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-4488-0808-1, 978-5-4497-0472-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/96023.html> — Режим доступа: для авторизир.пользователей
2. Дорофеева, Л. И. Основы менеджмента : учебник для СПО / Л. И. Дорофеева. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 494 с. — ISBN 978-5-4488-1329-0, 978-5-4497-1357-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110573.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Шамис, В. А. Основы маркетинга : практикум для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 78 с. — ISBN 978-5-4488-1567-6, 978-5-4497-1823-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124750.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### б) дополнительная учебная литература

1. Баландина О. В. Основы менеджмента : учебное пособие для студентов среднего профессионального образования / О.В. Баландина, Н.В. Локтюхина, С.А. Шапиро. - Москва : Директ-Медиа, 2020. - 252 с. - ISBN 978-5-4499-0613-7. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/388364/reading> - Текст: электронный.
2. Аверченкова Е.Э. Основы менеджмента. Учебное пособие / Е.Э. Аверченкова, А.С. Сазонова, А.В. Аверченков, А.А. Кузьменко, А.А. Тищенко, Р.А. Филиппов. - Москва : Флинта, 2019. - 168 с. - ISBN 978-5-9765-4213-6. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/364421/reading> - Текст: электронный.

### 8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Шамис В.А. Основы маркетинга в различных сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Шамис В.А., Левкин Г.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023.— 173 с.— Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/124751>.— IPR SMART, по паролю
2. Шамис, В. А. Основы менеджмента : практикум для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 86 с. — ISBN 978-5-4488-1572-0, 978-5-4497-1832-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124752.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

### 8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru>
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru>

### 8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Компьютерная справочно-правовая система Консультант Плюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>



2. программное обеспечение:

Microsoft Windows 10 Pro;

Office Standart 2016

### 8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Кабинет маркетинга и менеджмента
2. Компьютер
3. Проектор с экраном

### 8.6. Иные сведения и (или) материалы

## 9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 9.1. Описание показателей, оценочных средств, критериев и шкал оценивания компетенций

#### 9.1.1. Показатели оценивания компетенций и оценочные средства

| Коды компетенций | Показатели оценивания компетенций  | Наименование оценочного средства  | Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии  |
|------------------|--|-----------------------------------|--|
| ОК 1             | Демонстрирует способность анализировать рынок услуг сферы красоты  | Вопросы для устного собеседования | Перечень вопросов для устного собеседования (46 вопросов)        |
| ОК 2             | Демонстрирует знание современных технологий управления организацией.   | Вопросы для устного собеседования | Перечень вопросов для устного собеседования (46 вопросов)        |
| ОК 3             | Демонстрирует умение рассчитывать стоимость услуг.   | Вопросы для устного собеседования | Перечень вопросов для устного собеседования (46 вопросов)        |
| ОК 4             | Демонстрирует умение продвигать профессиональные услуги и товары.  | Практические задания              | Варианты практических заданий (2 задания по 3 варианта в каждом) |
| ОК 5             | Анализирует современные технологии управления организацией.  | Вопросы для устного собеседования | Перечень вопросов для устного собеседования (46 вопросов)        |
| ОК 6             | Демонстрирует знание основ управления организацией.  | Практические задания              | Тестовые задания   |
| ОК 7             | Демонстрирует умение рассчитывать расход материалов и препаратов.  | Вопросы для устного собеседования | Перечень вопросов для устного собеседования (46 вопросов)        |
| ОК 8             | Демонстрирует умение организовывать заключительные работы по обслуживанию заказчиков.                                    | Вопросы для устного собеседования | Перечень вопросов для устного собеседования (46 вопросов)        |
| ОК 9             | Демонстрирует знание основных маркетинговых процессов.   | Вопросы для устного собеседования | Перечень вопросов для устного собеседования (46 вопросов)        |
| ПК 1.4           | Проявляет умение использовать знание рынка услуг сферы красоты и принципов его деятельности.                             | Вопросы для устного собеседования | Перечень вопросов для устного собеседования (46 вопросов)        |
| ПК 2.6           | Анализирует возможность продвигать профессиональные услуги и товары.   | Вопросы для устного собеседования | Перечень вопросов для устного собеседования (46 вопросов)        |
| ПК 3.4           | Демонстрирует умение позиционировать предоставляемые услуги на рынке, используя знание основных маркетинговых процессов. | Вопросы для устного собеседования | Перечень вопросов для устного собеседования (46 вопросов)        |
| ПК 4.5           | Демонстрирует знание покупательского поведения потребителей услуг в профессиональной деятельности.                       | Вопросы для устного собеседования | Перечень вопросов для устного собеседования (46 вопросов)        |

### 9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

| Баллы    | Оценка по традиционной шкале | Критерии оценивания сформированности компетенций  |
|----------|------------------------------|---|
|          |                              | Устное собеседование  |
| 86 - 100 | 5<br>(отлично)               | Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области, обоснованность суждений с приведением необходимых примеров; последовательное и полное изложение материала.<br>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.  |
| 75 – 85  | 4<br>(хорошо)                | Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. В изложении допущены небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа.<br>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.  |
| 61 – 74  |                              | Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют несущественные ошибки при освещении второстепенных вопросов, которые студент легко исправил по замечанию преподавателя.<br>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.   |
| 51 - 60  | 3<br>(удовлетворительно)     | Ответ неполный, воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки и пробелы в знаниях по некоторым темам.<br>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 40 – 50  |                              | Ответ неполный. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки и пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов.<br>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.   |
| 17 – 39  | 2<br>(неудовлетворительно)   | Неспособность ответить на вопрос без помощи преподавателя. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины.<br>Многочисленные грубые ошибки.<br>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.   |
| 1 – 16   |                              | Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины.<br>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.  |
| 0        |                              | Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).<br>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.   |

### 9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта, умений и знаний

#### 9.2.1. Перечень вопросов по дисциплине

| № п/п | Формулировка вопросов   |
|-------|---|
| 1     | Дайте определение маркетингу.   |
| 2     | Какова основная цель маркетинга?  |
| 3     | Назовите концепции маркетинга.  |
| 4     | Назовите основные этапы становления и развития маркетинга.              |
| 5     | Назовите основные черты официально-делового стиля служебных документов. |
| 6     | Назовите типы маркетинга.   |
| 7     | Какие виды маркетинга Вы знаете?  |
| 8     | Назовите принципы маркетинга.   |
| 9     | Какие функции выполняет маркетинг?                                      |
| 10    | Назовите два главных метода маркетинга.                                 |
| 11    | Что такое маркетинговая среда организации?                              |
| 12    | Что составляет микросреду организации?                                  |
| 13    | Чем представлена макросреда организации?                                |
| 14    | Дайте определение рынка.  |
| 15    | Какие виды рынка Вы знаете?   |
| 16    | Назовите основные рыночные показатели, дайте им определение.            |
| 17    | Что такое сегментация рынка?  |
| 18    | Назовите основные критерии сегментирования рынка.                       |
| 19    | Назовите этапы маркетинговых исследований.                              |
| 20    | Каковы основные характеристики покупателей.                             |

|    |  |
|----|--|
| 21 | Дайте определение товара в маркетинге.   |
| 22 | Приведите классификацию товара.  |
| 23 | Что такое товарная марка?  |
| 24 | Охарактеризуйте жизненный цикл товара.   |
| 25 | Дайте определение конкуренции и назовите ее виды.                              |
| 26 | Назовите общие подходы к ценообразованию.                                      |
| 27 | Назовите известные вам школы менеджмента и дайте им краткую характеристику.    |
| 28 | Дайте определение менеджмента, охарактеризуйте его роль и задачи.              |
| 29 | Как классифицируются методы управления?  |
| 30 | Дайте определение организации.   |
| 31 | Назовите характерные признаки неформальной организации.                        |
| 32 | Назовите основные этапы жизненного цикла организации.                          |
| 33 | Что понимается под организационной структурой управления?                      |
| 34 | Назовите основные преимущества и недостатки различных структур управления.     |
| 35 | В чем сущность и взаимосвязь функций управления?                               |
| 36 | Какова роль планирования в управлении?   |
| 37 | Дайте определение и опишите суть мотивации как функции управления.             |
| 38 | Какие виды контроля Вы знаете? Опишите их.                                     |
| 39 | Назовите этапы процесса принятия управленческих решений.                       |
| 40 | Назовите способы влияния руководителя на подчиненного.                         |
| 41 | Какие стили руководства Вы знаете? Охарактеризуйте их.                         |
| 42 | Какие типы конфликтов Вам известны? Дайте их характеристику.                   |
| 43 | Назовите способы управления стрессами.   |
| 44 | Опишите составные элементы технологии общения.                                 |
| 45 | Что такое «Шкала отношений»?   |
| 46 | Какие психологические приемы достижения расположенности подчиненных Вы знаете? |

#### Вариант тестовых заданий по дисциплине

| № п/п | Формулировка задания   | Ответ   |
|-------|--|---|
| 1     | Тип маркетинга, реализуемый при негативном состоянии спроса:<br>а) поддерживающий;<br>б) развивающий;<br>в) все ответы верны;<br>г) правильного ответа нет.  | г) правильного ответа нет   |
| 2     | Что не входит в функции маркетинга?<br>а) определение ассортиментной политики предприятия;<br>б) поиск резервов для снижения издержек обращения;<br>в) формирование ценовой политики;<br>г) организация системы товародвижения.  | б) поиск резервов для снижения издержек обращения   |
| 3     | Какое из определений маркетинга правильное?<br>а) государственное управление производством и торговлей;<br>б) финансовый и экономический потенциал фирмы;<br>в) деятельность, направленная на получение прибыли за счет удовлетворения потребности покупателя;<br>г) вид человеческой деятельности, направленный на улучшение социально-экономической обстановки в обществе. | в) деятельность, направленная на получение прибыли за счет удовлетворения потребности покупателя            |
| 4     | Сущность концепции маркетинга состоит в:<br>а) ориентации на нужды и требования производства;<br>б) ориентации на требования рынка с целью получения прибыли за счет удовлетворения потребностей покупателя;<br>в) ориентации на указания государства;<br>г) эффективности производства и обращения.   | б) ориентации на требования рынка с целью получения прибыли за счет удовлетворения потребностей покупателя. |
| 5     | К какому типу маркетинга относится решение задачи, когда имеется потенциальный спрос, но нет товара?<br>а) стимулирующий;<br>б) синхромаркетинг;<br>в) демаркетинг;<br>г) развивающийся.   | в) демаркетинг  |
| 6     | Организация – это группа людей, деятельность которых сознательно или спонтанно координируется для достижения:  | б) общей цели   |

|    |   |   |
|----|---|---|
|    | а) прибыли;<br>б) общей цели;<br>в) конкурентных преимуществ;<br>г) рыночных позиций.   |   |
| 7  | К внутренней среде организации относятся:<br>а) поставщики, законы и учреждения государственного регулирования, потребители, конкуренты;<br>б) состояние экономики, изменения в политике, социальная культура, НТП, групповые интересы, международная среда;<br>в) цели, кадры, задачи, структура, технология;<br>г) партнеры, социально-психологические условия.   | е) цели, кадры, задачи, структура, технология   |
| 8  | Основная цель функционирования предприятия в рыночных условиях:<br>а) получение прибыли и ее максимизация;<br>б) повышение заработной платы работников;<br>в) выход на мировой рынок;<br>г) максимальное удовлетворение общественных потребностей;<br>д) совершенствование производственной структуры предприятия;<br>е) внедрение новой техники и технологии.  | а) получение прибыли и ее максимизация  |
| 9  | Структура – это<br>а) последовательность действий, которые следует предпринимать в конкретной ситуации, имеющей тенденцию к повторению;<br>б) взаимоотношение уровней управления и функциональных областей, позволяющее наиболее эффективно достигать цели организации;<br>в) четкое определение основного направления деятельности, которая хорошо мотивирует сотрудников организации;<br>г) гарантированное выполнение конкретных действий. | б) взаимоотношение уровней управления и функциональных областей, позволяющее наиболее эффективно достигать цели организации |
| 10 | Уровень управления представляет собой:<br>а) вид руководства;<br>б) ступень подчиненности и ответственности;<br>в) вид подчиненности;<br>г) вид ответственности.  | б) вид подчиненности и ответственности  |

### 9.2.2. Варианты типовых заданий по дисциплине

| № п/п | Условия типовых заданий  | Вариант ответа   |
|-------|--|--|
| 1     | <p>1. Определить стиль управления, указать его характеристику, преимущества и недостатки и дать рекомендации по его совершенствованию.</p> <p><i>Штат департамента муниципалитета состоит из руководителя, двух менеджеров и 14 человек подчиненных. Начальник департамента занят текущей работой и уделяет недостаточное внимание общению с подчиненными. Его круг общения ограничивается менеджерами отдела, другие сотрудники в дискуссиях практически не участвуют. Начальник считает, что является весьма компетентным специалистом, и весьма комфортно чувствует себя в операционной роли.</i></p> <p><i>Сотрудники отдела в свою очередь оценивают себя как весьма способных профессионалов стремящихся принимать участие в деятельности отдела и проявлять инициативу.</i></p> <p>2. Определить стиль управления руководителя с помощью самооценки</p> | <p>1. Авторитарный стиль руководства</p> <p>Рекомендации - комбинирование авторитарного и демократического стилей</p> <p>2. Ответы на вопросы теста с последующей обработкой результатов</p> |
| 2     | <p>1. Определить стиль управления, указать его характеристику, преимущества и недостатки и дать рекомендации по его совершенствованию.</p> <p><i>Строительная фирма обязалась построить здание муниципалитета за 4 месяца, но из-за того, что глава фирмы предоставил свободу действий прорабам, стройка затянулась более чем на 7 месяцев.</i></p>  | <p>1. Либеральный стиль руководства</p> <p>Рекомендации - ярко выраженный авторитарный стиль с элементами демократического стиля</p>   |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   | 2.Определить стиль управления руководителя с помощью самооценки  | 2.Ответы на вопросы теста с последующей обработкой результатов   |
| 3 | <p>1.Определить стиль управления, указать его характеристику, преимущества и недостатки и дать рекомендации по его совершенствованию.</p> <p><i>Известная компьютерная фирма IBM разработала новую систему передачи данных через торсионные поля. Данная разработка была открыта одной группой программистов и некоторыми профессионалами в области физики. После того, как эта группа известила о данном прорыве свое начальство, начались бюрократические проблемы. Только через 2 месяца данная информация попала в руки директоров компании, но было уже поздно, так как данная разработка была показана другой кампанией на рынке новейших технологий.</i></p> <p>2.Определить стиль управления руководителя с помощью самооценки</p> | <p>1.Демократический стиль руководства</p> <p>Рекомендации - сочетание трех стилей руководства (позволит создать гибкую систему руководства, которая даст возможность управлять компанией при постоянно меняющихся условиях)</p> <p>2.Ответы на вопросы теста с последующей обработкой результатов</p> |

### 9.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и практического опыта

#### 9.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче зачета и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета)

#### 9.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная  письменная  компьютерное тестирование  иная

#### 9.3.3. Особенности проведения зачета

Формой проведения промежуточной аттестации по дисциплине является дифференцированный зачет, на проведение которого отводятся два академических часа. Дифференцированный зачет проводится по темам дисциплины в виде устного собеседования преподавателя с каждым обучающимся. Собеседование проводится по вопросам с использованием практических заданий по дисциплине.

В процессе подготовки обучающимися ответов использование справочной и иной литературы не допускается.

Результаты собеседования сообщаются обучающемуся в конце собеседования.