

Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра стиля и имиджа

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.03.01 «УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В ИНДУСТРИИ МОДЫ
И КРАСОТЫ»**

Направление подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль программы «Технологии имиджа в индустрии моды и красоты (по элективным модулям*)»

Автор(ы): ст. преп. А.М. Старкова

Одобрена на заседании кафедры стиля и имиджа. Протокол от «11» января 2022 г. №7.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности научно-методической комиссией института ГСЭО РГППУ. Протокол от «13» января 2022 г. №5.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Управление предприятием в индустрии моды и красоты»: подготовка к анализу и организации хозяйственно-экономической деятельности в учебных мастерских, организациях и на предприятиях в индустрии моды и красоты, определению путей повышения производительности труда, качества услуг или продукции и экономии ресурсов для проектирования и реализации актуальных образовательных программ.

Задачи:

- формирование готовности к изучению и применению теоретических основ управления, основных принципов формирования структуры и условий эффективного функционирования предприятий в индустрии моды и красоты для проектирования и реализации актуальных образовательных программ;
- формирование способности к изучению эффективных механизмов планирования, разработки и внедрения мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятий в условиях рыночной экономики, методов использования современных диагностических методик и техник для прогнозирования потребностей рынка индустрии моды и красоты, подбора персонала и формирования творческого коллектива;
- формирование организационной культуры и практических навыков проектирования комплекса учебно-профессиональных целей и задач для реализации управленческих решений.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Управление предприятием в индустрии моды и красоты» относится к дисциплинам по выбору учебного плана.

Для изучения учебной дисциплины необходимы знания, умения и владения, формируемые следующими дисциплинами:

1. Экономика и управление.
2. Основы сервисной деятельности.
3. Психология.
4. Правоведение.

Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

1. Маркетинг в индустрии моды и красоты.
2. Организация проектной деятельности.



3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ПКР-4 Способен организовывать и проводить изучение требований рынка труда и обучающихся к качеству СПО, ДПО, профессионального обучения;
- ПКС-1 Способен к участию в планировании и организации производственной деятельности в области технологии имиджа, моды и красоты.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

31. Основные понятия, законы, закономерности и модели управления;
32. Методы и средства управления персоналом, стили руководства;
33. Значение и роль непрерывного обучения, повышения квалификации и развития персонала для эффективного управления предприятием и повышения его конкурентоспособности;
34. Особенности управления производственной деятельностью и планирования эффективного использования ресурсов предприятия, осуществляющего деятельность в области технологии имиджа, моды и красоты.

Уметь:

- У1. Планировать цели и задачи управления для обеспечения максимальной эффективности работы с учетом приоритетов развития предприятия и влияния среды;
- У2. Осуществлять выбор средств и методов эффективного руководства для достижения целей управления предприятием в индустрии моды и красоты;
- У3. Ориентироваться в разработке мероприятий по повышению качества товаров/услуг и производительности труда на предприятиях индустрии моды и красоты в условиях рыночной экономики;
- У4. Применять различные модели взаимодействия с подчиненными, коллегами и специалистами смежных областей.

Владеть:

- В1. Навыками самостоятельного поиска информации, необходимой для определения целей и задач управления предприятием в индустрии моды и красоты и осуществления осознанного выбора путей и способов их реализации;
- В2. Навыками самостоятельного поиска информации, необходимой для определения целей и задач управления предприятием в индустрии моды и красоты и осуществления осознанного выбора путей и способов их реализации;
- В3. Средствами планирования задач и мероприятий, направленных на обеспечение высокого качества товаров/услуг и решение проблем управления предприятием в индустрии моды и красоты.



4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 час.), семестр изучения – 5, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Вид работы	Форма обучения
	очная
	Семестр изучения
	5 сем.
	Кол-во часов
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	108
Контактная работа, в том числе:	32
Лабораторные работы	32
Самостоятельная работа студента	76
Промежуточная аттестация, в том числе:	
Зачет	5 сем.

**Распределение трудоемкости по видам контактной работы для заочной формы обучения (при наличии) корректируется в соответствии с учебным планом заочной формы обучения.*

4.2 Содержание и тематическое планирование дисциплины

Таблица 2. Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Сем.	Всего, час.	Вид контактной работы, час.			СРС
			Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	
1. Индустрия моды и красоты	5	10	-	-	4	6
2. Основы управления предприятием	5	26	-	-	6	20
3. Управление персоналом	5	26	-	-	8	18
4. Управление ассортиментом	5	24	-	-	8	16
5. Управление брендом	5	22	-	-	6	16

**Распределение часов по разделам (темам) дисциплины для заочной формы обучения осуществляется научно-педагогическим работником, ведущим дисциплину.*



4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин

Раздел 1. Индустрия моды и красоты

Структура индустрии моды и красоты. Виды деятельности и распределение обязанностей в индустрии моды и красоты. Актуальные проблемы и тенденции развития бизнеса в сфере производства модных товаров и услуг. Формы предприятий, правовые основы, особенности налогообложения. Принципы размещения предприятий индустрии моды и красоты. Понятие внешней и внутренней среды предприятия и значение ее влияния на управление.

Раздел 2. Основы управления предприятием

Основные понятия управления предприятием. Законы, закономерности и модели управления. Сущность и функции управления. Принципы управления бизнесом в индустрии моды и красоты. Методы и рычаги управления. Производственная структура предприятия, виды и принципы построения организационной структуры управления. Виды структур управления. Стадии жизненного цикла предприятия. Особенности управления новым и уже сложившимся предприятием. Особенности организации производства в сфере услуг. Управление качеством и конкурентоспособность.

Раздел 3. Управление персоналом

Определение и сопоставление понятий «управления персоналом» и «управления человеческими ресурсами». Адаптация и подбор персонала. Критерии подбора персонала. Система мотивации и стимулирования персонала. Обучение, повышение квалификации и развитие персонала. Формирование работоспособных групп. Основы лидерства. Силь управления. Определение конфликта в управлении. Функции конфликта на предприятии. Классификация конфликтов. Причины возникновения конфликтов. Стили конфликтного поведения. Способы разрешения производственных конфликтов.

Раздел 4. Управление ассортиментом

Факторы, влияющие на эффективность сбыта товаров/услуг. Виды сбыта. Методы прогнозирования сбыта. Каналы товарооборота и каналы сбыта. Формирование ассортимента и управление им. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Теории мотивации. Типы мотивов потребителей товаров/услуг. Процесс принятия решений о покупке товара/услуги. Процесс планирования нового товара/услуги. Тестирование рынка. Планирование ассортимента товаров/услуг предприятий в индустрии моды и красоты. Основные сроки производства товара/услуги и их распределение.

Раздел 5. Управление брендом

Брендинг. Схема развития от торговой марки к бренду. Этапы разработки товарных знаков. Правовая защита товарных знаков. Признаки рекламоспособности товарного знака, его влияние на имидж предприятия.



Мерчандайзинг. Понятие, цели и задачи мерчандайзинга. Визуальный мерчандайзинг. Базовые приемы визуального мерчандайзинга. Диагностика визуального оформления салона/шоу-рума.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. Технологии проведения занятий в форме диалогового общения, которые переводят образовательный процесс в плоскость активного взаимодействия обучающегося и педагога. Обучающийся занимает активную позицию и перестает быть просто слушателем семинаров или лекций. Технологии представлены: групповыми дискуссиями, конструктивный совместный поиск решения проблемы, тренинг (микрообучение и др.), ролевые игры (деловые, организационно-деятельностные, инновационные, коммуникативные и др.).

2. Информационно-коммуникационные образовательные технологии, при которых организация образовательного процесса, основывается на применении специализированных программных сред и технических средств работы с информацией. Используются для поддержки самостоятельной работы обучающихся с использованием электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС), телекоммуникационных технологий, педагогических программных средств и др.

3. Кейс-технология (case study), позволяющая обучать способам решения профессиональных проблем через создание проблемных ситуаций на основе фактов реальной профессиональной деятельности. Обучающемуся в процессе выполнения заданий практики предлагаются кейсы, подготовленные на рабочем месте в профильной организации, в основе которых лежит реальный фактический материал, используемый для создания проблемной ситуации. Результатами применения кейс-технологии являются развитие способности обучающегося анализировать производственные ситуации, вырабатывать и принимать ответственные решения, формирование готовности к решению производственных проблем.

4. При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;

- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде



(ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;

- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);

- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1 Основная литература

1. Мальшина Н. А. Менеджмент в сервисе : учебное пособие. - Москва : Дашков и К, 2017. - 252 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/49845>.

2. Каратаева О. Г., Гаврилова О. С. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 111 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72807>.

3. Юсупова, С.Я. Общий и административный менеджмент: Пособие для подготовки [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С.Я. Юсупова, Р.А. Исаев, М.А. Буралова. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 384 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93420>. — Загл. с экрана.

6.2 Дополнительная литература

1. Орлова, А. Женщина в красивом бизнесе. Как организовать и привести к успеху предприятие индустрии красоты [Электронный ресурс] / Анетта Орлова, Валентина Мовилло; [предисл. Е. Дорошиной]. - 2-е изд. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 342 с.: ил. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/95572/#1>

2. Аносова Т. Г., Танчев Ж. Технологии комфорта : учебное пособие. - Екатеринбург : Уральский федеральный университет, 2016. - 72 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65994>.

3. Баронов В. В., Калянов Г. Н., Попов Ю. Н., Титовский И. Н. Информационные технологии и управление предприятием: практическое пособие. - Саратов: Профобразование, 2017. - 327 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63813>.

6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Программное обеспечение:

1. Операционная система Windows.



2. Программное обеспечение для организации вебинаров Mirapolis Virtual Room.
3. Офисная система Office Professional Plus.

Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Информационная система «Таймлайн».
3. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень материально-технического обеспечения для реализации образовательного процесса по дисциплине:

1. Научный читальный зал.
2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Помещения для самостоятельной работы.

