АННОТАЦИЯ

дисциплины «Менеджмент и маркетинг в искусстве костюма»

Объем трудоемкости: Общая трудоѐмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. (144 часа), из них – 67,3 часа аудиторной нагрузки лекционные занятия 36, практические занятия 18, : 50 часов самостоятельной работы; КСР-13, ИКР- 0,3 час., подготовка к экзамену 26,7)

Цель дисциплины:

Целью курса является формирование компетенций обучающегося в области основных теоретических аспектов менеджмента и маркетинга в сфере искусства костюма и индустрии моды.

Назначение этого курса – дать будущему специалисту профессиональные знания и навыки в области проведения маркетинговых исследований, разработке бизнес-планов и формулировании концептов.

Задачи дисциплины:

1) дать научные основы менеджмента и маркетинга

2) изучить методы внутрифирменного управления

3) знать основные инструменты маркетинговых исследований рынка

4) сформировать готовность спланировать необходимый эксперимент, получить адекватную модель и исследовать ее

5) развить способность к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-технологических, экономических параметров

6) сформировать готовность использовать элементы экономического анализа при организации и проведении практической деятельности на предприятии

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в искусстве костюма и текстиля» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных и общепрофессиональных компетенций: ПК 1, ПК 5, ПК 10

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ПК-1	готовностью спланировать необходимый эксперимент, получить адекватную модель и исследовать ее	основы планового мышления, методы анализа, принципы и алгоритм постановки эксперемента, аргументацию выбора путей достижения целей исследования	использовать методы анализа, применять алгоритм постановки эксперимента, аргументирано выбирать пути достижения целей исследования	навыками планового мышления при анализе, восприятии, обобщении и трактовке информации, приемами целеполагания
2.	ПК-5	способностью к разработке художественных проектов изделий с учетом стилистических, конструктивно-	экономические параметры художественно-проектных изделий, методы расчёта себестоимости	Проводить маркетинговые исследования. Проводить расчёты себестоимости и цены продукции,	Методиками маркетинговых исследований и элементами экономического анализа на предприятиях

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		технологических, экономических параметров	и цены продукции, трудоёмкости и материалоемкости изделий из трикотажа и текстиля..	трудоёмкости и материалоемкости изделий из трикотажа и текстиля..	малой и средней мощности по созданию промышленных изделий из трикотажа и текстиля.
3.	ПК-10	готовностью использовать элементы экономического анализа при организации и проведении практической деятельности на предприятии	Структуру, систему и принципы работы предприятий лёгкой промышленности и их подразделений, связанных с художественным проектированием. Приёмы организации труда.	Организовывать работу малых коллективов, основу экономических расчетов.	Организаторскими способностями проведения практической деятельности на предприятии, навыками анализа экономических расчетов.

Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в _7_ семестре *(очная форма)*

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в курс.	10	6	2		2
2.	Основные понятия менеджмента и маркетинга	10	6	2		2
3.	Цели в системе управления	14	6	4		4
4.	Типы организационных структур и методов управления	14	6	4		4
5.	Разработка программы розничного маркетинга	12	6	2		4
6.	Маркетинг тренда и электронный фэшн-бизнес	16	6	4		6
	Курсовая работа	28				28
	КСР	13				
	Подготовка к экзамену	26,7				
	Экзамен	0,3				
	Итого по дисциплине:	144	36	18		50

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы:

Примерная тематика курсовых работ

1. Исследование спроса на женскую коллекцию в смешанном стиле.
2. Исследование спроса на повседневную демисезонную одежду из мембранных тканей.
3. Исследование спроса на нарядную одежду в готическом стиле.
4. Исследование спроса на женскую одежу в романтическом стиле.
5. Исследование спроса на женскую повседневную одежду в стиле милитари.
6. Изучение проблем магазинов, специализирующихся на продаже женской молодежной одежды в стиле кэжуал.
7. Исследование спроса на смешанную коллекцию в стиле конструктивизма.
8. Исследование спроса на смешанную коллекцию в стиле кежуал.
9. Изучение спроса на женскую нарядную одежду в восточном стиле.
10. Изучение спроса на мужскую одежду для офиса.
11. Изучение спроса и сегментации рынка мужской повседневной одежды.
12. Изучение спроса и сегментация рынка женской повседневной одежды в стиле кэжуал.
13. Проведение маркетинговых исследований по изучению шелковых материалов, представленных на потребительском рынке г. Краснодаре.
14. Маркетинговые исследования потребительского рынка трикотажных детских товаров в г. Краснодаре.
15. Изучение спроса и потребительских предпочтений на школьную форму.

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 655 с. - Библиогр.: с. 614-626. - ISBN 978-5-238-02203-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920

2. Иган Джон, Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений : учебник / Иган Джон ; пер. Е.Э. Лалаян. - 2-е изд. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 375 с. : табл., граф., схемы - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01321-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710

3. Попов, С. А. Актуальный стратегический менеджмент. Видение - цели - изменения : учеб.-практ. пособие / С. А. Попов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 447 с.https://www.biblio-online.ru/book/A10622EA-FF40-4578-8360-001863335627

4. Чудновская, С. Н. История менеджмента : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Н. Чудновская. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 291 с. https://www.biblio-online.ru/book/83E75374-A30E-4457-A39F-7B1ADD8CA604

5. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. Л. Абаев [и др.] ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунин. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 362 сhttps://www.biblio-online.ru/book/05417761-AE60-4B83-A573-0D6D02C475F1

Автор (ы) РПД _Кочеткова С.Ю.

Ф.И.О.