

АННОТАЦИЯ

дисциплины «Б1.О.15 Менеджмент и маркетинг в искусстве костюма»

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц (144 часа, из них- 48 часов аудиторной нагрузки: лекционных- 34 ч., практических (лабораторных) 18ч.; самостоятельной работы 58ч., КСР-2 ч., КРП-5ч. ИКР-0,3ч.)

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 принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
- 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» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Предшествующие дисциплины: История, Философия, иностранный язык, введение в искусство костюма, Экономика моды

Последующие дисциплины: Права человека, Проектирование в искусстве костюма, Выполнение проекта в материале, Методы научных исследований

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
ИУК -10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и поведение экономических агентов. ИУК -10.2. Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами.	Знает основы экономического анализа исходной ситуации
	Умеет анализировать и систематизировать необходимые экономические данные в зависимости от поставленных задач
	Владеет достаточным уровнем ответственности для принятия экономически обоснованного решения

Основные разделы дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (4 курсе) (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа	
			Л	ПЗ		ЛР
1.	Введение в курс.	4	2		2	

2.	Основные понятия менеджмента и маркетинга	15	8		3	5
3.	Цели в системе управления	14	6		2	6
4.	Типы организационных структур и методов управления	15	6		4	5
5.	Разработка программы розничного маркетинга	15	6		3	6
6.	Маркетинг тренда и электронный фэшн-бизнес	18	8		4	6
7.	Курсовая работа	5				5
	ИТОГО по разделам дисциплины		34		18	58
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	26,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

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

Курсовые работы:

Примерная тематика курсовых работ (проектов)

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 одежду 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. Краснодара.
14. Маркетинговые исследования потребительского рынка трикотажных детских товаров в г. Краснодара.
15. Изучение спроса и потребительских предпочтений на школьную форму.

Форма проведения аттестации по дисциплине: Экзамен

Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

Учебная литература

1. Стратегическое управление : учебник / И. К. Ларионов, А. Н. Герасин, О. Н. Герасина [и др.] ; под ред. И. К. Ларионова. – 5-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 234 с. : ил., табл. – (Учебные издания для магистров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621940>
2. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие : [16+] / В.О. Шпаковский, Н.М. Чугунова, И.В. Кирильчук. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 128 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190>
- 3 Патласов, О.Ю. Маркетинг персонала : учебник / О.Ю. Патласов. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 384 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573267>
- 4 Блинов, А.О. Теория менеджмента : учебник / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 304 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573334>

