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	СРС
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 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

Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

Учебная литература

1. Батурина, О. А. Основы менеджмента : учебное пособие / О. А. Батурина, Ю. В. Балдина, Г. В. Петрук. — Владивосток : ВВГУ, 2025. — 172 с. — ISBN 978-5-9736-0752-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/511364 — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Маркетинг : учебник / А. В. Бугаев, И. В. Грошев, А. В. Минаков [и др.] ; под ред. Н. Д. Эриашвили, Ю. А. Цыпкина. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2025. – 184 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=729995 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-04038-7. – Текст : электронный.

3. Основы менеджмента : учебное пособие : [16+] / Л. Г. Борисова, А. Л. Гапоненко, А. Г. Дмитриев, С. В. Раевский ; под ред. С. П. Мясоедова, А. Л. Гапоненко, С. В. Раевского ; Президентская академия. – Москва : Дело, 2025. – 417 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=729793 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-85006-669-7. – Текст : электронный.

4. Николаева, М. А. Маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. А. Николаева, И. А. Рамазанов, В. М. Комаров. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 230 с. : ил., табл. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720379 – Библиогр. в кг. – ISBN 978-5-394-06110-3. – Текст : электронный.

5. Маслова, Е. Л. Менеджмент : учебник / Е. Л. Маслова. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2026. – 332 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=730895 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-06376-3. – Текст : электронный.

6. Основы современного управления : теория и практика : учебник : [16+] / Н. И. Малышев, М. П. Хрипков, А. Ф. Глисин [и др.] ; под общ. ред. А. Т. Алиева, В. Н. Боробова. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 526 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720244 – ISBN 978-5-394-06018-2. – Текст : электронный.

7. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 614 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709871 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05623-9. – Текст : электронный.

Автор (ы) РПД Кочеткова С.Ю.
Ф.И.О.