

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»

Цикловая комиссия «Художественное фотографирование»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
МДК 02.02. БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЕ**

Уровень основной образовательной программы – среднее профессиональное образование

Специальность (вид): 54.02.08 Техника и искусство фотографии:

Статус дисциплины – дисциплина профессионального модуля

Учебный план 2020 года

Описание учебной дисциплины по формам обучения

Очная										
Курс	Семестр	Всего часов	Всего аудиторных час.	групповые	мелкогрупповые	Практические	индивидуальные	Курсовые работы	Самост. работа, час..	Форма контроля
4	8	54	36		36				18	Диф. зачет
Всего		54			36				18	

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ГОС СПО.

Программу разработала А.Й.Черкасова преподаватель ЦК «Художественное фотографирование» ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского»

Рассмотрено на заседании ЦК «Художественное фотографирование» (ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского»)

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Рабочая программа учебной дисциплины «Бизнес планирование» является частью освоения программ подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ГОС СПО ЛНР по специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии.

Рабочая программа профессиональной учебной дисциплины «Бизнес планирование» может быть использована в профессиональных образовательных организациях, реализующих образовательную программу среднего общего образования в пределах освоения программ подготовки специалистов среднего звена.

Форма контроля – дифференцированный зачет.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели: формирование высокопрофессионального организатора и руководителя.

Задачи:

- получить теоретические знания о ведении бизнеса
- развивать организаторские и управленческие качества.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать:

- основы маркетинга, рекламы и связи с общественностью;
- основы управления персоналом;
- понятие «маркетинговое исследование», условия эффективности маркетинговых исследований, процесс маркетингового исследования и содержание его этапов
- маркетинг товаров и услуг, анализ конкурентоспособности товара и фирмы;
- менеджмент, производственный менеджмент;
- экономику фотопроизводства;
- нормы трудового и хозяйственного законодательства;
- аспекты финансового планирования;
- методики расчета основных показателей финансово-экономической деятельности;
- порядок разработки и содержание разделов бизнес-плана;
- правила обслуживания населения, способы и формы оказания услуг населению в области фотографии;
- объекты и субъекты предпринимательства, содержание и формы предпринимательской деятельности;
- организацию производственного и технологического процессов;
- основные технико-экономические показатели и методику их расчётов; материально – технические, трудовые и финансовые ресурсы фотоорганизации, показатели их эффективности; механизмы ценообразования на продукцию (услуги) в области фотографии, формы оплаты труда в современных условиях;
- организацию управления качеством продукции фотоорганизации;
- методику разработки бизнес-плана.

уметь:

- применять требования нормативных документов к основным видам продукции;
- осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с законодательством и правилами обслуживания населения;
- рассчитывать основные технико-экономические показатели производственной деятельности;
- определять необходимость и целесообразность проведения маркетингового исследования;
- проводить маркетинговые исследования;
- разрабатывать бизнес-план фотоорганизации.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ГОС СПО

Рабочая программа учебной дисциплины «Бизнес планирование» является частью освоения программ подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ГОС СПО ЛНР по специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии.

Рабочая программа профессиональной учебной дисциплины «Бизнес планирование» может быть использована в профессиональных образовательных организациях, реализующих образовательную программу среднего общего образования в пределах освоения программ подготовки специалистов среднего звена.

Данная дисциплина изучается на 4 курсе.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ГОС СПО специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии.

Общекультурные компетенции (ОК):

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

Профессиональные компетенции (ПК):

Код компетенции	Содержание компетенции
ПК 2.1.	Организовывать, планировать и координировать деятельность фотоорганизации или ее подразделения в соответствии с правилами техники безопасности и нормами охраны труда, в том числе внедряя инновационные технологии.
ПК 2.2.	Организовывать продвижение услуг и работу с потребителями.
ПК 2.3.	Анализировать и оценивать результаты, контролировать рациональное использование ресурсов, качество и эффективность деятельности в области фотографии.
ПК 2.4.	Определять необходимость и проводить маркетинговые исследования рынка фотоуслуг.
ПК 2.5.	Разрабатывать бизнес-план (план предпринимательской операции) в сфере фотоуслуг и фотопроизводства.

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел, тема	Количество часов					
	Дневная форма					
	всего	в том числе				
		Групповые	Мелкогрупповые	Практические занятия	Индивидуальные занятия	Самостоятельная работа
1	2	3	4	5	6	7
Раздел №1 Основы бизнес планирования						
1.1. Сбытовая политика фирмы.	15		10			5
1.2. Реклама, стимулирование сбыта	15		10			5
1.3. Бизнес-планирование в фотографической организации	24		16			8
Всего по модулю:	53		36			18
Всего часов:	54		36			18

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Основы бизнес планирования

Тема 1.1. Сбытовая политика фирмы

Анализ и оценка результатов, контроль рационального использования ресурсов, качества и эффективности деятельности.

Бизнес план - это документ, в котором описываются все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы решения этих проблем. Этот план необходим для того, чтобы тщательно проанализировать свои идеи, проверить их разумность, реалистичность и уменьшить тем самым риск неудачи. Кроме того, бизнес - план необходим для представления тем, у кого предприятие собирается занять деньги или иное имущество на реализацию проекта, для подтверждения реалистичности задуманного дела и способности возратить кредит, арендованное имущество. Бизнес-план является одним из ключевых элементов стратегического планирования, поэтому охватывает достаточно длительный период, обычно 3-5 лет, иногда больше. Бизнес-планирование предусматривает решение стратегических и тактических задач, стоящих перед предприятием.

Тема 1.2. Реклама, стимулирование сбыта

Производство - это процесс создания материальных благ, необходимых для существования и развития общества. Содержание производства определяет трудовая деятельность, включающая три составляющие:

- (1) целесообразную работу или сам труд;
- (2) предметы труда, т.е. все то, на что направлена рациональная деятельность человека (сырье, материалы, полуфабрикаты и т.п.);
- (3) средства (орудия) труда (машины, оборудование, инструмент и т.п.), с помощью которых человек преобразует предметы труда, приспособляя их для удовлетворения своих потребностей.

Продукт материального производства - *материальное благо*, которое представляет собой соединение вещества природы и труда. Современное производство развивается в условиях непрерывного научно-технического прогресса, главным содержанием которого являются информатизация и автоматизация производства. Каждое предприятие состоит из производственных подразделений - цехов, участков, обслуживающих хозяйств, органов управления. В состав предприятий могут также входить организации и учреждения, призванные удовлетворять нужды работников и членов их семей.

Тема 1.3 Бизнес-планирование в фотографической организации

В экономической теории ресурсы принято делить на четыре группы:

1. природные – потенциально пригодные для применения в производстве естественные силы и вещества, среди которых различают « неисчерпаемые» и « исчерпаемые» (последние в последнюю очередь делятся на «возобновляемые» и « невозобновимые»);
2. материальные – все созданные человеком («рукотворные») средства производства, (которые, следовательно, сами являются результатом производства);
3. трудовые – население в трудоспособном возрасте, которое в «ресурсном» аспекте обычно оценивают по трём параметрам: социально-демографическому, профессионально-квалификационному и культурно-образовательному;
4. финансовые – денежные средства, которые общество в состоянии выделить на организацию производства.

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных заданий и рефератов.

Самостоятельная работа включает следующие виды заданий:

1. Реферат на тему: «Финансовый план как составная часть бизнес-плана организации»
2. Реферат на тему: «Продвижение потребительских товаров на рынок»
3. Анализ и оценка результатов, контроль рационального использования ресурсов, качества и эффективности деятельности.
4. Организация продвижения услуг и работ с потребителями.
5. Планирование, организация и координация деятельности фотоорганизации и ее подразделения.

7.1 ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Раздел 1. Основы бизнес планирования.

Тема 1.1. Анализ и оценка результатов, контроль рационального использования ресурсов, качества и эффективности деятельности.

1. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы

Термины: Активы, активы материальные, активы оборотные (текущие), аренда, бизнес план, выработка, доход, износ, имущество, кадры, кредит, лицензия, маркетинг, материалы.

Выполнить:

1. Проработку конспектов, самостоятельное изучение профильной литературы.

Литература: [\[1;2;3;4;5;6\]](#)

Тема 1.2. Организация продвижения услуг и работ с потребителями.

1. Основные способы продвижения услуг.
2. **Ключевые этапы в работе с потребителями.**

Термины: Выработка, доход, износ, имущество, кадры, кредит, лицензия, маркетинг, материалы, маркетинг, материалы, налог, налоги на прибыль, НДС, нормирование, основные средства предприятия.

Выполнить:

1. Проведение маркетинговых исследований на примере составления пробных анкет, учитывающих специфику фотоуслуг предприятий различных профилей.
2. Выявление недостатков, ошибок и положительных сторон предложенной анкеты.
3. Разработка марки, марочного и товарного знака, марочного названия.

Литература: [\[1;2;3;4;5;6\]](#)

Тема 1.3. Планирование, организация и координация деятельности фотоорганизации и ее подразделения.

1. Плакирование фотоорганизации.
2. Управление фотостудии.

Термины: Активы, активы материальные, активы оборотные (текущие), аренда, бизнес план, выработка, доход, износ, имущество, кадры, кредит, лицензия, маркетинг, материалы, маркетинг, материалы, налог, налоги на прибыль, НДС, нормирование, основные средства предприятия.

Выполнить:

1. Оценка деятельности персонала с использованием различных методов (балльный, рейтинговый).
2. Подготовить сообщение об успешном бизнесмене или бизнес вумен. г. Луганске в сфере услуг фотографии.
3. Подготовить сообщение на тему: «Инновационные технологии в сфере фотоуслуг» или «Инновации в сфере фото сервиса».

Литература: [\[1;2;3;4;5;6\]](#)

7.2.ВОПРОСЫ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ:

- 1. Планирование, организация и координация деятельности фотоорганизации и ее подразделения.**
2. Формы организации производства. Производственная структура предприятия.
3. Экономические ресурсы предприятия.
4. Основные и оборотные средства организации.
5. Себестоимость, цена, прибыль и рентабельность – основные показатели деятельности организации.
6. Управление маркетингом и основные положения маркетинга.
7. Маркетинговые исследования и информация.
8. Поведение покупателей и предприятий.
9. Торговая политика фирмы.
10. Ценообразование. Сбытовая политика фирмы.
11. Особенности маркетинга услуг.
12. Основы менеджмента. Цели и задачи управления организациями различных организационно-правовых форм.
13. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.
14. Управление конфликтами.

8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
Отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач
Хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
Удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
Неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.

10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основные источники:

1. [Абчук В. А. Курс предпринимательства : учеб. пособие. — СПб : Альфа, 2001. — 273 с.](#)
2. [Акулич И. Л. Маркетинг взаимоотношений : учеб.-метод. пособие. — Мн. : Выш. шк., 2010. — 252 с.](#)
3. [Алешина И. В. Паблик Рилейшнз для менеджеров : Учебник / И.В. Алешина. — М. : Экмос, 2002. — 480 с.](#)
4. [Амблер Т. Практический маркетинг / пер. с англ. Ю. Н. Каптуревского. — СПб : Питер, 1999. — 400 с.](#)
5. [Багиев Г. Л. Маркетинг : учебник / Г.Л. Багиев, В.М.Тарасевич, Х. Анн. — 2-е изд., перераб. и доп. — СПб. : Экономика, 2001. — 718 с.](#)
6. [7 нот менеджмента : Настольная книга руководителя / под ред. В. В. Кондратьева. — 7-е изд., перераб. и доп. — М. : Эксмо, 2008. — 976 с.](#)
7. [Маркетинг : Учеб. пособ. / В.А. Зайцева. — М. : ГИНФО, 2001. — 120 с.](#)
8. [Маркетинг : Учеб. пособ. / Н.В. Мурашкин, О.Н.Тюкина, Н.М. Сенник и др. — Псков, 2000. — 361 с.](#)
9. [Маркетинг : Общий курс : учеб. пособ. / под ред. Н. Я. Колюжной, А. Я. Якобсона. — М. : ОМЕГА-Л, 2006. — 476 с. : ил.](#)
10. [Менеджмент и маркетинг в сфере культуры : практикум / Евланов В. Н., Новаторов Э. В., Тульчинский Г. Л. и др. — СПб : Лань, 2012. — 78 с.](#)
11. [Оптимизация отделов маркетинга и сбыта : Модуль 5. — 65 с.](#)

12. [Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам : учеб. пособ. / под ред. Е. Н. Киселевой, О. Г. Будановой. — М. : Вузовский учебник, 2008. — 192 с.](#)

13. [Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. — Краснодар : КГУ, 2019. — 303 с.](#)

14. [Традиции и инновации в массовой коммуникации : материалы Первой Междунар. науч.-практ. конф. — Краснодар : КГУ, 2019. — 253 с.](#)

Дополнительные источники

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М.: Аспект Пресс, 2004. – 133с.

2. Давронов Б.Б., Рынок фотоуслуг в России: прогноз развития/Проблемы практического маркетинга и рекламы в сфере сервиса: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, 15 марта 2007 года. Вып. 8, ГОУВПО «МГУС» -М.:2007.- 317с.

3. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров, 2-е изд.(изд:2) / И.А. Дубровин. - М.: ИТК Дашков и К, 2016. – 432с.

4. Смирно Р. Фотоуслуги, копицентры: Успешный опыт и типичные ошибки. Кострома: Костромиздат, 2003. – 201с.

5. Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник для бакалавров, 2-е изд., перераб. и доп.(изд:2) / П.И. Орлова. - М.: ИТК Дашков и К, 2016. - 288 с

6. Поуг, Д. Цифровая фотография: Исчерпывающее руководство / Д. Поуг; Пер. с англ. М.А. Райтман. - М.: Эксмо, 2012. - 352 с.

7. Яковлев Г.И. Конкурентоспособность предприятий: проблемы маркетинга, менеджмента и внешнеэкономической деятельности: монография. / Г.И. Яковлева, Б.Н: Леонтьев, Е.Н. Шереметьева, М.: Кнорус 2005. – 257с.5.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (оборудованный аудио и видеоаппаратурой, телевизором). При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки, имеющего рабочие места для студентов, оснащенного компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет, ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского». Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.