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 02.01. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ФОТООРГАНИЗАЦИЕЙ

(Название дисциплины)

Программа подготовки среднего профессионального образования
(специалист среднего звена)
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 с	Семестр	Всего часов	Всего аудиторных час.	групповые	мелкогрупповые	индивидуальные	Курсовые работы	Самост. работа, час..	Форма контроля
4	7	48	32	32				16	Экзамен
Всего		48	32	32				16	Экзамен

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ГОС СПО.
Программу разработала Суворова Л.П., преподаватель высшей категории ЦК «Художественное фотографирование»
Рассмотрено на заседании ЦК «Художественное фотографирование»
(ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М.Матусовского»)
Протокол № 10 от 23.04.2019г. Председатель ЦК «Художественное фотографирование» _____ Суворова Л.П.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа изучения нормативной учебной дисциплины «Экономика и организация фотоорганизацией» составлена в соответствии с нормативной учебно-профессиональной программы подготовки специалистов среднего звена и адресована студентам 4 курса специальности 54.02.08 «Техника и искусство фотографии». Данная программа является частью П.00 Профессиональный учебный цикл, ПМ.00 Профессиональные модули, ПМ.02 Управление подразделением фотоорганизации и предпринимательская деятельность в области фотографии. Дисциплина реализуется цикловой комиссией «Художественное фотографирование». Предметом изучения учебной дисциплины является – основа предпринимательской деятельности, которая формирует элементарную грамотность в формировании знаний предпринимательской деятельности в области фотографии.

Программой дисциплины предусмотрены мелкогрупповые практические занятия –48 часов, самостоятельная работа - 16 часов.

Форма контроля –экзамен.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель - помочь обучающемуся разобраться в сложных проблемах предпринимательской деятельности, научить ставить перед собой творческие задачи и находить средства их решения; привить студентам качества, которыми должен обладать фотохудожник для создания своей профессиональной деятельности в области фотографии, свободно ориентироваться в этой сфере, как предприниматель на начальном уровне.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **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.

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.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ГОС СПО

Дисциплина «Экономика и организация фотоорганизацией» является частью ПМ.00 Профессиональные модули, ПМ.02 Управление подразделением фотоорганизации и предпринимательская деятельность в области фотографии. Программа изучения нормативной учебной дисциплины «Экономика и организация фотоорганизацией» составлена в соответствии с нормативной учебно-профессиональной программы подготовки специалистов среднего звена специальности 54.02.08 «Техника и искусство фотографии».

Полноценная подготовка фотохудожника, осуществляется в процессе изучения всех дисциплин ученого плана. Опираясь на общеобразовательную, эстетическую, художественную подготовку, курс «Экономика и организация фотоорганизацией» ставит целью воспитать необходимый комплекс умений и навыков у будущих фотохудожников. При подготовке учебной программы учтен принцип комплексного изучения студентами специальных предметов, который предусматривает овладение наряду с «Экономикой и организацией фотоорганизации» такими дисциплинами как безопасность жизнедеятельности, охрана труда, информатика и информационные технологии, художественная фотография, художественный фотопортрет.

Данная дисциплина изучается на 4 курсе.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результатом освоения рабочей программы учебной дисциплины является овладение обучающимся видом деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями в соответствии с ГОС СПО ЛНР по специальности 53.02.08 «Техника и искусство фотографии».

.

Общекультурные компетенции (ОК):

Код (согласно ГОС СПО ЛНР)	**Наименование результата обучения**
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 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Быть готовым к смене 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.

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел, тема	Количество часов				
	Очная форма				
	всего	в том числе			
		Групповые	Практические	Индивидуальные	Самостоятельные
Тема 1. Анализ и оценка результатов, контроль рационального использования ресурсов, качества и эффективности деятельности.					
1.1. Вступительная беседа. Экономика отрасли.	2		2		
1.2. Формы организации производства. Производственная структура предприятия.	3		2		1
1.3. Экономические ресурсы предприятия.	3		2		1
1.4. Основные и оборотные средства организации.	3		2		1
1.5. Себестоимость, цена, прибыль и рентабельность – основные показатели деятельности организации.	5		4		1
Всего	**16**		**12**		**4**
Тема2.Организация продвижения услуг и работ с потребителями.					
2.1. Управление маркетингом и основные положения маркетинга.	2		2		
2.2. Маркетинговые исследования и информация.	1		1		
2.3. Поведение покупателей и предприятий.	2		2		
2.4. Торговая политика фирмы.	2		2		
2.5. Ценообразование. Сбытовая политика фирмы.	3		1		2
2.6. Особенности маркетинга услуг.	6		2		4
Всего	**16**		**10**		**6**
Тема 3. Планирование, организация и координация деятельности фотоорганизации и ее подразделения.					
3.1. Основы менеджмента. Цели и задачи управления организациями различных организационно-правовых форм.	2		2		
3.2. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.	4		2		**2**
3.3. Управление конфликтами.	2		2		
3.4. Управление персоналом как составляющая управленческой деятельность.	4		2		2
3.5. Организация труда на предприятии. Оценка эффективности управления персоналом.	4		2		2
Всего	**16**		**10**		**6**

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Анализ и оценка результатов, контроль рационального использования ресурсов, качества и эффективности деятельности.

Экономика отрасли.

Формы организации производства. Производственная структура предприятия.

Экономические ресурсы предприятия.

Основные и оборотные средства организации.

Себестоимость, цена, прибыль и рентабельность – основные показатели деятельности организации.

Тема2.Организация продвижения услуг и работ с потребителями.

Управление маркетингом и основные положения маркетинга.

Маркетинговые исследования и информация.

Поведение покупателей и предприятий.

Торговая политика фирмы.

Ценообразование. Сбытовая политика фирмы.

Особенности маркетинга услуг.

Проведение маркетинговых исследований на примере составления пробных анкет,

учитывающих специфику фотоуслуг предприятий различных профилей.

Выявление недостатков, ошибок и положительных сторон предложенной анкеты.

Разработка марки, марочного и товарного знака, марочного названия.

Тема 3. Планирование, организация и координация деятельности фотоорганизации и ее подразделения.

Основы менеджмента. Цели и задачи управления организациями различных организационно-правовых форм.

Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.

Управление конфликтами.

Организация труда на предприятии. Оценка эффективности управления персоналом.

Оценка деятельности персонала с использованием различных методов (балльный, рейтинговый).

Успешный бизнесмен или бизнесвумен. г. Луганске в сфере услуг фотографии.

Инновационные технологии в сфере фотоуслуг» или «Инновации в сфере фото сервиса».

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.

№ п/п	Название тем	Количество часов
1	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы.	4
2	Проведение маркетинговых исследований на примере составления пробных анкет, учитывающих специфику фотоуслуг предприятий различных профилей.	2
3	Выявление недостатков, ошибок и положительных сторон предложенной анкеты.	2
4	Разработка марки, марочного и товарного знака, марочного названия.	2
5	Оценка деятельности персонала с использованием различных методов (балльный, рейтинговый).	2
6	Подготовить сообщение об успешном бизнесмене или бизнесвумен. г. Луганске в сфере услуг фотографии.	2
7	Подготовить сообщение на тему: «Инновационные технологии в сфере фотоуслуг» или «Инновации в сфере фото сервиса».	2
	Всего:	**16**

7.2.ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ:

1. Основы планирования деятельности фотоорганизации в рыночных условиях.
2. Конкуренция в сфере обслуживания и ее влияние на деятельность фотоорганизации.
3. Внутрифирменное планирование на предприятиях сферы фотоуслуг.
4. Типы и организационно-правовые формы предпринимательства в области фотодела.
5. Методы маркетинговых исследований фирмы (на примере фотоорганизации).
6. Исследование внутренней и внешней среды в организации (на примере фотоорганизации).
7. Стратегическое планирование деятельности фирмы (на примере фотосалона).
8. Прибыль и рентабельность как основные показатели эффективности деятельности фотоорганизации.
9. Фото организация как субъект и объект рыночной экономики.
10. Роль рекламы в маркетинговой деятельности на примере фотоорганизации г. Луганска.
11. Рынок продукции и услуг фотоорганизации в условиях рыночной экономики.
12. Качество и конкурентоспособность продукции (на примере фотоорганизации г. Луганска).
13. Современное состояние и перспективы развития фото-бизнеса в ЛНР.
14. Экономический потенциал фотоорганизации и ее конкурентоспособность на рынке.
15. Состав трудовых ресурсов. Форма оплаты труда (на примере фотоорганизации г. Луганска).
16. Планирование и калькулирование себестоимости продукции фотоорганизации.
17. Система методов управления, коммуникативность на примере фотоорганизации г. Луганска.
18. Анализ эффективности управления фотоорганизацией
19. Порядок формирования цен на продукцию фотоорганизации
20. Потребительский рынок продукции и услуг, показатели его оценки.
21. Персонал предприятия: состав, формирование и развитие (на примере фотоорганизации г. Луганска).
22. Состав финансовых ресурсов фотоорганизации, показатели их эффективного использования.
23. Качество и конкурентоспособность продукции (на примере фотоорганизации г. Луганска).
24. Ресурсное обеспечение предприятия (на примере фотоорганизации г. Луганска).
25. Управление маркетингом: современные аспекты (на примере фотоорганизации г. Луганска).
26. Управление оборотными средствами и оценка эффективности их

использования (на примере фотоорганизации г. Луганска).

27. Состав трудовых ресурсов. Формы оплаты труда (на примере фотоорганизации г. Луганска)
28. Формирование прибыли на предприятии (на примере фотоорганизации г. Луганска).
29. Управление организацией в условиях кризиса (на примере фотоорганизации г. Луганска).
30. Основные технико-экономические показатели деятельности фотоорганизации и методика их расчета (на примере фотоорганизации г. Луганска).
31. Инвестиции и их роль в экономики предприятия (на примере фотоорганизации г. Луганска).
32. Бизнес планирование (на примере фотоорганизации г. Луганска).
33. Исследование маркетинговой деятельности сферы фотографических услуг города.
34. Оценка деятельности персонала фотоорганизации с использованием различных методов (балльный, рейтинговый).

8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

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

- методы IT – 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.

По источнику передачи учебной информации - словесные, наглядные, практические (демонстрация наглядных пособий, обсуждение экспозиций, выставок).

По характеру познавательной деятельности – объяснительно - иллюстративные, репродуктивные, поисковые.

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. Белоусова Л. А. Маркетинг в социальной сфере / Л.А. Белоусова. — Екатеринбург : УПИ, 2005. — 53 с.
5. Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики : учебник / В. И. Беляев. — М. : КНОРУС, 2005. — 672 с.
6. Герчикова И. Н. Менеджмент : учебник / И. Н. Герчикова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Банки и биржи, 1995. — 480 с.
7. Годин А. М. Брендинг : учебное пособие / А. М. Годин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : «Дашков и К°», 2012. — 184 с.
8. Голубков Е. П. Основы маркетинга : учебник. — М. : Финпресс, 1999. — 577 с.
9. Дорофеев В. Д. Маркетинг в управлении организации : Монография / В.Д. Дорофеев, А.Б. Зубков. — Пенза : Питер, 2001. — 108 с.
10. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учеб. пособ. / П. С. Завьялов. — М. : Инфра-М, 2002. — 496 с.
11. Колбер Ф. Маркетинг культуры и искусства / Ф. Колбер. — СПб : [б. и.]. — 230 с.
12. Королькова Е. М. Организация маркетинга на предприятии : учеб. пособ. / Е. М. Королькова. — Тамбов : ТГТУ, 2001. — 148 с.
13. Украинцева А. А. Шпаргалка по маркетингу : учеб. пособие / А. А. Украинцева. — М. : Велби, 2005. — 40 с.
14. Кукукина И. Г. Управленческий учет : метод. пособие. — Иваново : [б. и.], 2001. — 43 с.
15. Овечкина Е. А. Маркетинговое планирование : конспект лекций / Е. А. Овечкина. — К. : МАУП, 2002. — 264 с. : іл.
16. Харрисон Ш. Связи с общественностью : вводный курс / Ш. Харрисон. — СПб. : Нева, 2003. — 368 с.
17. 7 нот менеджмента : Настольная книга руководителя / под ред. В. В. Кондратьева. — 7-е изд., перераб. и доп. — М. : Эксмо, 2008. — 976 с.
18. Маркетинг : Общий курс : учеб. пособ. / под ред. Н. Я. Колюжновой, А. Я. Якобсона. — М. : ОМЕГА-Л, 2006. — 476 с. : ил.
19. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры : практикум / Евланов В. Н., Новаторов Э. В., Тульчинский Г. Л. и др. — СПб : Лань, 2012. — 78 с.
20. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам : учеб. пособ. / под ред. Е. Н. Киселевой, О. Г. Будановой. — М. : Вузовский учебник, 2008. — 192 с.

Дополнительные источники

21. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. М.: Аспект Пресс, 2004. – 133с.
22. 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.
23. 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.
24. Смирно Р. Фотоуслуги, копицентры: Успешный опыт и типичные ошибки. Кострома: Костромиздат, 2003. – 201с.
25. 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
26. Поуг, Д. Цифровая фотография: Исчерпывающее руководство / Д. Поуг; Пер. с англ. М.А. Райтман. - М.: Эксмо, 2012. - 352 с.
27. 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.