

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга»
21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

2 курс 4 семестр
всего 68 час., в том числе:
лекции 32 час.
практические занятия 16 час.
самостоятельные занятия 20 час.
форма итогового контроля зачет

Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

является формирование комплекса знаний, умений и навыков управления и проведения маркетинговых мероприятий на предприятии или в подразделении.

Задачи дисциплины:

– сформировать понятийный ряд, связанный с объектами, функциями и способами управления и организации маркетинговой деятельности на предприятии, ввести необходимые термины и определения;

– познакомить студентов с современным опытом маркетинга и менеджмента, с тем, чтобы они были способны его применить в своей дальнейшей работе;

– научить студентов четко формулировать цели и задачи, определять существенные в данной ситуации переменные, уметь собирать информацию и анализировать ее для выработки обоснованного решения, определять наиболее успешные и соответствующие действующему законодательству способы применения элементов комплекса маркетинга;

– выработать у студентов умения выбирать оптимальные в данной ситуации мотиваторы, системы контроля, стили поведения, научить управлению конфликтной ситуацией;

– дать классификацию функций управления и в понятии логики управления людьми для достижения поставленной цели, а также успешного продвижения товаров и услуг.

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

уметь:

– планировать и организовывать работу подразделения;

– формировать организационные структуры управления;

– разрабатывать мотивационную политику организации;

– применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;

– принимать эффективные решения, используя систему методов управления;

– учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;

– анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;

– определять стратегию и тактику относительно ценообразования;

знать:

– сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;

– особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);

- внешнюю и внутреннюю среду организации;
- цикл менеджмента;
- процесс принятия и реализации управленческих решений;
- функции менеджмента в рыночной экономике:
- организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
- систему методов управления;
- методику принятия решений;
- стили управления, коммуникации, деловое общение;
- сущность и функции маркетинга;
- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

Место дисциплины в структуре ИПССЗ

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» входит в профессиональный учебный цикл программы подготовки специалистов среднего звена относится к общепрофессиональным дисциплинам.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения и направлена на формирование у студента общих принципов управления и маркетинговой деятельности, пригодных для любой организации в современных рыночных условиях.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны	
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	уметь: – учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;	знать: – сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; – особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); – функции менеджмента в рыночной экономике: – организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; – систему методов управления; – сущность и функции маркетинга;
ОК 2	Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы,	уметь: – принимать эффективные решения, используя систему методов управления;	знать: – особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);

Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны	
	использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности	– учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях; – анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; – определять стратегию и тактику относительно ценообразования;	– внешнюю и внутреннюю среду организации; – цикл менеджмента; – процесс принятия и реализации управленческих решений; – функции менеджмента в рыночной экономике: – организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; – методику принятия решений; – сущность и функции маркетинга; – конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.
ОК 3	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	уметь: – планировать и организовывать работу подразделения; – формировать организационные структуры управления; – разрабатывать мотивационную политику организации;	знать: – сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; – особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); – организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; – систему методов управления; – методику принятия решений; – стили управления, коммуникации, деловое общение; – сущность и функции маркетинга;
ОК 4	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	уметь: – планировать и организовывать работу подразделения; – принимать	знать: – особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);

Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны	
		эффективные решения, используя систему методов управления; – учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях; – анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; – определять стратегию и тактику относительно ценообразования;	– внешнюю и внутреннюю среду организации; – процесс принятия и реализации управленческих решений; – организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; – методику принятия решений;
ОК 5	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	уметь: – применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	знать: – цикл менеджмента; – организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	уметь: – планировать и организовывать работу подразделения; – формировать организационные структуры управления; – разрабатывать мотивационную политику организации; – применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; – принимать эффективные решения, используя систему методов управления;	знать: – особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); – процесс принятия и реализации управленческих решений; – функции менеджмента в рыночной экономике: – организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; – систему методов управления; – методику принятия решений; – стили управления, коммуникации, деловое общение;
ОК 7	Самостоятельно	уметь:	знать:

Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны	
	определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	– планировать и организовывать работу подразделения; – принимать эффективные решения, используя систему методов управления; – учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;	– особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); – внешнюю и внутреннюю среду организации; – процесс принятия и реализации управленческих решений; – систему методов управления; – методику принятия решений;
ОК 8	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.	уметь: – учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях; – анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; – определять стратегию и тактику относительно ценообразования;	знать: – сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; – особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); – конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.
ПК 1.4	Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории	уметь: – планировать и организовывать работу подразделения; – формировать организационные структуры управления; – принимать эффективные решения, используя систему методов управления; – учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях; – анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и	знать: – сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; – особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); – внешнюю и внутреннюю среду организации; – цикл менеджмента; – процесс принятия и реализации управленческих решений; – функции менеджмента в рыночной экономике: – организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности

Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны	
		позиционирование; – определять стратегию и тактику относительно ценообразования;	экономического субъекта; – систему методов управления; – методику принятия решений; – стили управления, коммуникации, деловое общение; – конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.
ПК 3.1	Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы	уметь: – планировать и организовывать работу подразделения; – формировать организационные структуры управления; – разрабатывать мотивационную политику организации; – принимать эффективные решения, используя систему методов управления; – учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях; – анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; – определять стратегию и тактику относительно ценообразования;	знать: – особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); – процесс принятия и реализации управленческих решений; – функции менеджмента в рыночной экономике: – организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; – систему методов управления; – методику принятия решений; – конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

Изучение дисциплины также направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
1. Основы менеджмента	12	8	4	4
1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента	6	4	2	2
1.2. Основные функции менеджмента в рыночной экономике	6	4	2	2
2. Технология менеджмента	12	8	4	8
2.1. Организационные структуры управления	3	2	1	2
2.2. Система методов управления	3	2	1	2
2.3. Процесс принятия и реализации управленческих решений	3	2	1	2
2.4. Стили управления, коммуникации и деловое общение	3	2	1	2
3. Теория маркетинга	6	4	2	2
3.1. Сущность и функции маркетинга	6	4	2	2
4. Практический маркетинг	18	12	6	6
4.1. Маркетинговые исследования рынка	6	4	2	2
4.2. Разработка стратегий	6	4	2	2
4.3. Реализация стратегий	6	4	2	2
Всего аудиторной нагрузки	48	32	16	20

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Астахова, Н. И. Менеджмент : учебник для СПО / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин ; под общ.ред. Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 422 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03680-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9E8E2EFB-1214-46B9-8877-5437C9DF510C.
2. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для СПО / Э. М. Коротков. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 640 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9689-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593.
3. Михалева, Е. П. Менеджмент : учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 191 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5662-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/69C0417E-A796-4CE4-BA94-D77A5069043A.
4. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для СПО / С. В. Карпова ; под общ.ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 408 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04297-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C7EB260A-4BC3-4090-844C-03B7AC3113D7.
5. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для СПО / Н. П. Реброва. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 277 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/583CF093-598D-4974-B44A-FAE59E432650.

Автор : Дробязго А.Г.