

Аннотация по дисциплине
ОП.05 Основы микроэкономики, менеджмента и маркетинга
для специальности 21.02.08 Прикладная геодезия

Курс 2 Семестр 4

Количество часов:

всего: 98 часов

лекций: 40 часов

практических занятий – 26 часов,

консультаций – 4 часа,

самостоятельной работы – 28 часов.

Цель дисциплины: формирование у студентов научного экономического мировоззрения, умения анализировать экономические ситуации и закономерности поведения хозяйственных субъектов в условиях рыночной экономики.

Задачи дисциплины:

- теоретическое освоение студентами современных экономических концепций и моделей;
- приобретение практических навыков анализа мотивов и закономерностей деятельности субъектов экономики, ситуаций на конкретных рынках товаров и ресурсов, движения уровня цен и объемов выпуска продукции, а также решения проблемных ситуаций на микроэкономическом уровне (домохозяйство, фирма, отраслевой рынок)
- ознакомление с текущими микроэкономическими проблемами России.

Место дисциплины в структуре ППСЗ:

ОП.05 «Основы микроэкономики, менеджмента и маркетинга» входит в профессиональный модуль «Профессиональная подготовка», профессиональный цикл, раздел «Общепрофессиональные дисциплины».

Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 06	Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами.
ПК 3.1	Разрабатывать мероприятия и организовывать работы по созданию геодезических, нивелирных, сетей и сетей специального назначения, топографически съемкам, геодезическому сопровождению строительства и эксплуатации зданий, и инженерных сооружений, топографо-геодезическому обеспечению кадастра территорий и землеустройства.
ПК 3.2	Обеспечивать соблюдение правил техники безопасности при

	выполнении работ, требований технических регламентов и инструкций.
ПК 3.3	Принимать самостоятельные решения по комплектованию бригад исполнителей и организации их работы.
ПК 3.4	Реализовывать мероприятия по повышению эффективности работ, направленных на снижение трудоемкости и повышение производительности труда.

Знать	основы экономической теории и экономических отношений; особенности микроэкономического функционирования организации в рыночных условиях; особенности организации и планирования картографо-геодезической отрасли; основные понятия современного менеджмента (управления) и маркетинга; комплекс маркетинговых мероприятий с учетом специфики картографо-геодезической отрасли.
Уметь	производить необходимые экономические расчеты; применять адекватные рыночной ситуации экономические решения и самостоятельно пользоваться нормативными документами; грамотно составлять технический проект на производство топографо-геодезических работ.

Содержание и структура дисциплины

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя-тельная работа	Консуль-тации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	
1	Основы микроэкономики. Экономика организации (предприятия).	56	20	18		18	2
2	Основы менеджмента и маркетинга	42	20	8		10	2
	Всего	98	40	26		28	4

Курсовые проекты (работы): не предусмотрены.

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: презентации Microsoft Office Power Point.

Вид аттестации: зачёт.

Основная литература:

1. Родина, Г. А. Основы экономики. Микроэкономика : учебник для СПО / Г. А. Родина, С. В. Тарасова ; под ред. Г. А. Родиной, С. В. Тарасовой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 263 с. — (Серия : Профессиональное образование).

— ISBN 978-5-534-03554-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7C885D75-C0BD-4C7D-AB47-BE4A2B45E496

2. Одинцов, А. А. Основы менеджмента : учебное пособие для СПО / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 212 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04815-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FA28CAD9-B18C-49DA-839D-13C4BA443E34.

3. 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