

## 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 ИСССЗ**

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):

<b>Код компет енции</b>	<b>Содержание компетенции (или её части)</b>	<b>В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны</b>	
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	<b>уметь:</b> – учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;	<b>знать:</b> – 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,	<b>уметь:</b> – принимать эффективные решения, используя систему методов управления;	<b>знать:</b> – 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>– учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;</li> <li>– анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;</li> <li>– определять стратегию и тактику относительно ценообразования;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– внешнюю и внутреннюю среду организации;</li> <li>– цикл менеджмента;</li> <li>– процесс принятия и реализации управленческих решений;</li> <li>– функции менеджмента в рыночной экономике:</li> <li>– организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;</li> <li>– методику принятия решений;</li> <li>– сущность и функции маркетинга;</li> <li>– конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.</li> </ul>
ОК 3	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<b>уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планировать и организовывать работу подразделения;</li> <li>– формировать организационные структуры управления;</li> <li>– разрабатывать мотивационную политику организации;</li> </ul>	<b>знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;</li> <li>– особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);</li> <li>– организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;</li> <li>– систему методов управления;</li> <li>– методику принятия решений;</li> <li>– стили управления, коммуникации, деловое общение;</li> <li>– сущность и функции маркетинга;</li> </ul>
ОК 4	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	<b>уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планировать и организовывать работу подразделения;</li> <li>– принимать</li> </ul>	<b>знать:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);</li> </ul>

Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны	
		<p>эффективные решения, используя систему методов управления;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;</li> <li>– анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;</li> <li>– определять стратегию и тактику относительно ценообразования;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– внешнюю и внутреннюю среду организации;</li> <li>– процесс принятия и реализации управленческих решений;</li> <li>– организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;</li> <li>– методику принятия решений;</li> </ul>
ОК 5	<p>Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</li> </ul>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– цикл менеджмента;</li> <li>– организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;</li> </ul>
ОК 6	<p>Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планировать и организовывать работу подразделения;</li> <li>– формировать организационные структуры управления;</li> <li>– разрабатывать мотивационную политику организации;</li> <li>– применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</li> <li>– принимать эффективные решения, используя систему методов управления;</li> </ul>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);</li> <li>– процесс принятия и реализации управленческих решений;</li> <li>– функции менеджмента в рыночной экономике:</li> <li>– организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;</li> <li>– систему методов управления;</li> <li>– методику принятия решений;</li> <li>– стили управления, коммуникации, деловое общение;</li> </ul>
ОК 7	Самостоятельно	<p><b>уметь:</b></p>	<p><b>знать:</b></p>

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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– планировать и организовывать работу подразделения;</li> <li>– принимать эффективные решения, используя систему методов управления;</li> <li>– учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);</li> <li>– внешнюю и внутреннюю среду организации;</li> <li>– процесс принятия и реализации управленческих решений;</li> <li>– систему методов управления;</li> <li>– методику принятия решений;</li> </ul>
ОК 8	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.	<p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;</li> <li>– анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;</li> <li>– определять стратегию и тактику относительно ценообразования;</li> </ul>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;</li> <li>– особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);</li> <li>– конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.</li> </ul>
ПК 1.4	Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории	<p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планировать и организовывать работу подразделения;</li> <li>– формировать организационные структуры управления;</li> <li>– принимать эффективные решения, используя систему методов управления;</li> <li>– учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;</li> <li>– анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и</li> </ul>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;</li> <li>– особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);</li> <li>– внешнюю и внутреннюю среду организации;</li> <li>– цикл менеджмента;</li> <li>– процесс принятия и реализации управленческих решений;</li> <li>– функции менеджмента в рыночной экономике:</li> <li>– организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности</li> </ul>

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	<b>уметь:</b> – 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;	<b>знать:</b> – 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	
<b>1. Основы менеджмента</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента	6	4	2	2
1.2. Основные функции менеджмента в рыночной экономике	6	4	2	2
<b>2. Технология менеджмента</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>8</b>
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
<b>3. Теория маркетинга</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
3.1. Сущность и функции маркетинга	6	4	2	2
<b>4. Практический маркетинг</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
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
<b>Всего аудиторной нагрузки</b>	<b>48</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>20</b>

**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](http://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](http://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](http://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](http://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](http://www.biblio-online.ru/book/583CF093-598D-4974-B44A-FAE59E432650).

Автор : Дробязго А.Г.