



1920

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Кубанский государственный университет»

Институт среднего профессионального образования



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИНСПО

Т.П. Хлопова

«31» августа 2018 г.

Рабочая программа дисциплины

ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Краснодар 2018

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.05.2014 № 486 (зарегистрирован в Минюсте России 27.06.2014 № 32885).

Дисциплина ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

Форма обучения очная
2 курс 4 семестр

Всего 68 часов, в том числе:

лекции 32 час.

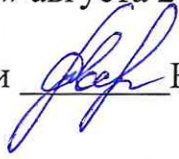
практические занятия 16 час.

самостоятельные занятия 20 час.

форма промежуточной аттестации зачет

Составитель: преподаватель ИНСПО  А.Г. Дробязко

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии географии, специальных географических дисциплин, сервисных специальностей, психологии и управления персоналом для специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, протокол № 11 от «30» августа 2018 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии  Н.О. Гаспарян
«30» августа 2018 г.

Рецензенты:

Директор ООО «Югстроймонтаж»	 	Хатхоху А.Н.
Главный инженер по эксплуатации зданий, ООО «Кубаньспецстрой»	 	Родин А.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
1.1 Область применения программы	5
1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:	5
1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины: ...	5
1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (перечень формируемых компетенций)	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	10
2.2 Структура дисциплины	10
2.3 Тематический план и содержание учебной дисциплины	11
2.4. Содержание разделов дисциплины	14
2.4.1. Занятия лекционного типа	14
2.4.2. Занятия семинарского типа	15
2.4.3. Практические занятия (Лабораторные занятия)	16
2.4.4. Содержание самостоятельной работы	16
2.4.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	17
3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	20
3.1. Образовательные технологии при проведении лекций	20
3.2. Образовательные технологии при проведении практических занятий (лабораторных работ)	20
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	20
4.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	20
4.2. Перечень необходимого программного обеспечения	21
5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	22
5.1 Основная литература	22
5.2 Дополнительная литература	22
5.3. Периодические издания	22
5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	23
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	22
7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ	27
7.1 Паспорт фонда оценочных средств	27
7.2. Критерии оценки знаний	27
7.3 Оценочные средства для проведения текущей аттестации	27
7.4. Оценочные средств для проведения промежуточной аттестации	30
7.4.1. Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации (зачет)	30
7.4.2. Примерные задания для проведения промежуточной аттестации	32
8. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	32
9. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	32

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения».

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Дисциплина входит в профессиональный учебный цикл общепрофессиональных дисциплин.

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

Целью освоения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» 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.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (перечень формируемых компетенций)

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

Код компетенции	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, использовать	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	
	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 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); – 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	уметь: – планировать и	знать: – особенности менеджмента в

Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны	
	общаться с коллегами, руководством, потребителями.	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;	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 определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	уметь: – планировать и организовывать работу подразделения; – принимать эффективные решения, используя систему методов управления; – учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;	знать: – 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 позиционирование; – определять стратегию 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 экономического субъекта; – систему методов управления; – методику принятия решений;

Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны	
		тактику относительно ценообразования;	– 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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	68
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
в том числе:	
занятия лекционного типа	32
практические занятия	16
лабораторные занятия	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	20
в том числе:	
реферат	8
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	12
<i>Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета</i>	<i>зачет</i>

2.2 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

2.3 Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Основы менеджмента			
Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента	Содержание учебного материала		
	Лекции	16	
	1 Понятие менеджмента. Предмет и задачи. История развития менеджмента. Характерные черты каждого этапа.	4	1
	2 Сущность и характерные черты современного менеджмента. Особенности менеджмента в сфере земельно-имущественных отношений		
	3 Цикл менеджмента		
	Практические (лабораторные) занятия		
	1 Выполнение тестовых заданий по теме занятия	2	2
	2 Выполнение практического задания «Принципы управления», «Модели управления»		
	3 Кейс 1. Классика менеджмента		
	Самостоятельная работа обучающихся Написание реферата по теме занятия Анализ основных школ менеджмента	2	2
Тема 1.2. Основные функции менеджмента в рыночной экономике	Содержание учебного материала		
	Лекции		
	1 Понятие организации деятельности. Цели организации. Принципы организации. Внешняя и внутренняя среда организации.	4	1
	2 Планирование: понятие, цели, принципы. Стратегическое (долгосрочное) и тактическое (1-3 года) планирование. Бизнес – план как основа эффективности бизнеса		
	3 Мотивация к деятельности: понятие, методы мотивации. Виды мотивации работника		
	4 Контроль деятельности: понятие, виды, цели. Основа контроля: планирование деятельности. Методы контроля. Использование результатов контроля. Требования к контролю		
	Практические (лабораторные) занятия		
	1 Выполнение тестовых заданий по теме занятия	2	2
	2 Решение проблемных ситуаций по реализации функций менеджмента		
	3 Кейс 2. Нужен ли тотальный контроль?		
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Написание реферата по теме занятия 2. Работа с литературой по изучению вопросов «Контроль деятельности», «Теории мотивации». Составление конспекта	2	2
Раздел 2. Технологии менеджмента		20	
Тема 2.1. Организационные структуры управления	Содержание учебного материала		
	Лекции		
	1 Понятие организационной структуры управления. Признаки эффективной организационной структуры управления. Факторы влияния.	2	1
	2 Виды организационных структур, их сущность, преимущества и недостатки		
	Практические (лабораторные) занятия		
	1 Выполнение тестовых заданий по теме занятия	1	2
	2 Выполнение практического задания «Организационные структуры управления»		
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Написание реферата по теме занятия 2. Работа с литературой по изучению множественной структура управления	2	
Тема 2.2.	Содержание учебного материала		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Система методов управления	Лекции		
	1 Организационно-распорядительные методы (организационно-административные)	2	1
	2 Экономические методы управления		
	3 Социально-психологические методы управления		
	Практические (лабораторные) занятия		
	1 Выполнение тестовых заданий по теме занятия	1	2
	2 Выполнение практического задания «Методы управления»		
Тема 2.3. Процесс принятия и реализации управленческих решений	Самостоятельная работа обучающихся		
	1. Написание реферата по теме занятия	2	2
	Содержание учебного материала		
	Лекции		
	1 Понятие управленческого решения. Черты управленческих решений. Классификация управленческих решений. Три стадии управленческих решений. Американский социолог М. Рубинштейн о принятии управленческих решений (10 правил).	2	1
	2 Три стадии процесса принятия и реализации решения		
	3 Понятие и виды методов принятия решений.		
	Практические (лабораторные) занятия		
	1 Выполнение тестовых заданий по теме занятия	1	2
	2 Кейс 3. Принцип Парето		
Тема 2.4. Стили управления, коммуникации и деловое общение	Самостоятельная работа обучающихся		
	1. Написание реферата по теме занятия		2
	Содержание учебного материала		
	Лекции		
	1 Стили управления, их достоинства и недостатки	2	1
	2 Понятие коммуникации в управлении. Процесс коммуникации как совокупность этапов передачи управленческой информации. Коммуникационные сети		
	3 Понятие делового общения. Правила делового общения. Этапы и фазы. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров		
	Практические (лабораторные) занятия		
	1 Выполнение тестовых заданий по теме занятия	1	2
	2 Кейс 4. Управление коммуникациями в корпорации		
Раздел 3. Теория маркетинга	Самостоятельная работа обучающихся		
	1. Написание реферата по теме занятия	2	2
	2. Работа с литературой по изучению техники ведения деловых переговоров		
	Содержание учебного материала		
	Лекции		
	1 Маркетинг: сущность, основные виды, цели. Маркетинговые концепции. Функции маркетинга	4	1
	2 Рынок как условие и экономическая основа маркетинга. Рынок в маркетинге. Потребительский рынок и рынок хозяйствующих субъектов. Состав внутренней и внешней среды организации, ее влияние на деятельность		
	Практические (лабораторные) занятия		
	1. Выполнение тестовых заданий по теме занятия	2	2
	2. Кейс 5. «Nike» - повсюду!»		
Тема 3.1. Сущность и функции маркетинга	Самостоятельная работа		
	Составление глоссария по теме на следующие термины: виды маркетинга: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, демаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий маркетинг; конъюнктура рынка, рыночный сегмент, рыночное окно	2	2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 4. Практический маркетинг		24	
Тема 4.1. Маркетинговые исследования рынка	Содержание учебного материала		
	Лекции		
	1 Анализ рынка как инструмент исследования рынка. Понятие анализа рынка, цели, задачи, способы. Задачи: сегментация рынка, (в т.ч. рынка недвижимости), позиционирование товара (в т.ч. недвижимости), анализ конкурентной среды	4	1
	2 Наблюдение за рынком как инструмент исследования рынка. Понятие наблюдения за рынком, в том числе рынком недвижимости. Отслеживание динамики спроса и предложения		
	3 Прогнозирование рынка недвижимости. Составление прогноза долгосрочных перспектив развития рынка недвижимости на основе динамики спроса и предложения		
	Практические (лабораторные) занятия		
	1 Выполнение тестовых заданий по теме занятия	2	2
	2 Изучение конъюнктуры рынка недвижимости; составление прогноза развития; осуществление сегментации рынка недвижимости; позиционирование недвижимости		
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Написание реферата по теме занятия 2. Подготовка статей из местных газет по обзору рынка недвижимости в городе	2	2
Тема 4.2. Разработка стратегий	Содержание учебного материала		
	Лекции		
	1 Понятие маркетинговой стратегии. Стратегии относительно ценообразования, товарные стратегии. Применение	4	1
	Практические (лабораторные) занятия		
	1 Выполнение тестовых заданий по теме занятия	2	2
	2 Кейс 6. Маркетинговая стратегия «Procter & Gamble»		
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Написание реферата по теме занятия	2	2
Тема 4.3. Реализация стратегий	Содержание учебного материала		
	Лекции		
	1 Понятие товарной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений	4	1
	2 Понятие ценовой политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.		
	3 Понятие коммуникационной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений		
	4 Понятие сбытовой политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений		
	Практические (лабораторные) занятия		
	1 Выполнение тестовых заданий по теме занятия	2	2
	2 Выполнение практических заданий «Ценовая политика», «Сбытовая политика»		
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Написание реферата по теме занятия 2. Работа с литературой по изучению приемов стимулирования сбыта (как инструмента коммуникационной политики)	2	2
Всего		68	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

2.4. Содержание разделов дисциплины

2.4.1. Занятия лекционного типа

№ Раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля*
1	Теория менеджмента	Понятие менеджмента. Предмет и задачи. История развития менеджмента. Характерные черты каждого этапа. Школа научного управления. Развитие менеджмента в трудах Ф.Тейлора, Г.Форда, Г.Эмерсона. Административная школа менеджмента. Сущность и принципы «теории администрации». Вклад А.Файоля в развитие классической школы менеджмента. «Неоклассическая» школа управления. Вклад Э. Мейо в развитие менеджмента. Характерные черты разных школ. Современные подходы в менеджменте (количественный, процессный, системный, ситуационный), их характеристика, особенности. Характерные черты современного менеджмента, его сущность. Зарубежный опыт менеджмента. Национальные особенности менеджмента (японский, американский и др.). Сравнительная характеристика американской и японской модели менеджмента. Развитие управленческих идей в России. Особенности управления экономикой России. Сущность и характерные черты современного менеджмента. Особенности менеджмента в сфере земельно-имущественных отношений. Понятие организации деятельности. Цели организации. Принципы организации: дифференциация, рациональность, кооперация, стандартизация. Внешняя и внутренняя среда организации. Планирование: понятие, цели, принципы: точность, непрерывность, гибкость, экономичность и другие. Стратегическое (долгосрочное) и тактическое (1-3 года) планирование. Бизнес – план как основа эффективности бизнеса Мотивация к деятельности: понятие, методы мотивации: поощрение и наказание. Материальная, моральная и социальная мотивация работника Контроль деятельности: понятие, виды, цели. Основа контроля: планирование деятельности. Методы контроля: выбор параметров контроля, учет, наблюдение, сравнение. Использование результатов контроля – корректировка планов, деятельности. Требования к контролю: систематичность, комплексность, действенность, гласность, экономичность	О, Р
2	Технология менеджмента	Понятие организационной структуры управления. Признаки эффективной организационной структуры управления. Факторы влияния. Виды организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, адаптивная, множественная структуры управления предприятием. Сущность, преимущества и недостатки Организационно-распорядительные методы (организационно-административные) Экономические методы управления Социально-психологические методы управления Понятие управленческого решения. Черты управленческих решений. Классификация управленческих решений. Три стадии управленческих решений. Американский социолог М. Рубинштейн о принятии управленческих решений (10 правил). Три стадии процесса принятия и реализации решения: постановка проблемы и установление ее масштабов и причин; составление плана решения, доведение решения до конкретных исполнителей с последующим контролем выполнения решений Понятие методов принятия решений. Экспертные, неэкспертные, психологические методы. Коллективные и индивидуальные методы	О, Р

№ Раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля*
		Стили управления: авторитарный, демократический, либеральный, ситуационный стили управления. Достоинства и недостатки Понятие коммуникации в управлении. Процесс коммуникации как совокупность этапов передачи управленческой информации. Коммуникационные сети: горизонтальные, вертикальные, диагональные Понятие делового общения. Правила делового общения. Этапы и фазы. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров	
3	Теория маркетинга	Маркетинг: сущность, основные виды, цели. Маркетинговые концепции: совершенствование производства, совершенствование товара, интенсификация коммерческих усилий, концепция собственно маркетинга или целевого маркетинга, концепция социально-этического маркетинга. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая, управленческая, контрольная. Рынок как условие и экономическая основа маркетинга. Рынок в маркетинге, Потребительский рынок и рынок хозяйствующих субъектов. Состав внутренней и внешней среды организации, ее влияние на деятельность	О, Р
4	Практический маркетинг	Анализ рынка как инструмент исследования рынка. Понятие анализа рынка, цели, задачи, способы. Задачи: сегментация рынка, (в т.ч. рынка недвижимости), позиционирование товара (в т.ч. недвижимости), анализ конкурентной среды Наблюдение за рынком как инструмент исследования рынка. Понятие наблюдения за рынком, в том числе рынком недвижимости. Отслеживание динамики спроса и предложения и другой конъюнктуры. Прогнозирование рынка недвижимости. Составление прогноза долгосрочных перспектив развития рынка недвижимости на основе динамики спроса и предложения Понятие маркетинговой стратегии. Виды маркетинговых стратегий: стратегии целевого рынка; товарные стратегии; ценовые стратегии; стратегии распределения; стратегии коммуникаций. Их применение. Основные этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии. Понятие товарной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений Понятие ценовой политик. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений. Понятие коммуникационной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений Понятие сбытовой политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений	О, Р

Примечание*: О – устный опрос, Р – реферат

2.4.2. Занятия семинарского типа

Не предусмотрены учебным планом специальности

2.4.3. Практические занятия (Лабораторные занятия)

№ Раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля*
1	Теория менеджмента	Основы менеджмента. Сущность современного менеджмента. Организация и ее среда. Цикл менеджмента.	К, Т, ПЗ
2	Технология менеджмента	Типы организационных структур. Стратегический и тактический планы. Мотивация потребностей. Контроль: этапы, виды, правила. Методы управления на предприятии. Понятие конфликта, его причины возникновения и виды. Деловое общение. Управленческое решение. Руководство: лидерство, власть и влияние. Стресс-менеджмент.	К, Т, ПЗ
3	Теория маркетинга	Предмет, цели и задачи маркетинга. Основные этапы развития. Концепции управления маркетингом. Структура маркетинговой деятельности.	К, Т, ПЗ
4	Практический маркетинг	Сегментирование рынка. Основные понятия. Позиционирование товара. Субъекты маркетинговой деятельности. Потребители: понятие, классификация. Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы. Конкурентная среда. Товарная, ценовая, коммуникативная и сбытовая политика. Маркетинговое исследование.	К, Т, ПЗ

Примечание*: ПЗ – практические задания, К – кейс-задания, Т – тестирование

2.4.4. Содержание самостоятельной работы

Примерная тематика рефератов:

1. Понятие, сущность и содержание менеджмента.
2. Менеджмент как наука и практика управления. Цели и задачи менеджмента.
3. Эволюция менеджмента как научной дисциплины
4. Общая характеристика процессного, системного и ситуационного подходов к управлению и их отличительные особенности.
5. Характеристика организации как системы. Цели в управлении организацией. Классификация целей и их ранжирование.
6. Основные факторы внешней среды организации и их взаимосвязь
7. Основные факторы внутренней среды организации.
8. Характеристика внутренних ситуационных переменных организации
9. Сущность и понятие организационной структуры управления
10. Основы проектирования организационных структур управления. Этапы процесса проектирования организации.
11. Характеристика линейной и линейно-штабной структуры
12. Функциональная и дивизионная структуры управления
13. Матричная структура управления
14. Понятие и виды коммуникаций в менеджменте.
15. Основные этапы коммуникационного процесса.
16. Методы преодоления коммуникационных барьеров.
17. Понятие и типы коммуникационных сетей.
18. Сущность и виды управленческих решений.
19. Основные стадии и этапы принятия и реализации управленческих решений.

20. Модели поведения руководителя при принятии управленческих решений.
21. Методы принятия управленческих решений.
22. Характеристика стилей управления.
23. Требования, предъявляемые к менеджеру.
24. Понятие и источники организационных конфликтов. Методы разрешения конфликтов.
25. Понятие стратегического менеджмента, его цели, задачи и функции. Процесс стратегического планирования.
26. Определение понятия маркетинг, его цели, задачи и функции.
27. Основные категории маркетинга.
28. Эволюция маркетинга как научной дисциплины. Концепции маркетинга.
29. Рынок в системе маркетинга, его виды и принципы функционирования.
30. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение.
31. Виды спроса и задачи маркетинга
32. Понятие сегментации и ее роль в деятельности предприятия. Основные принципы сегментации потребительского рынка.
33. Выбор целевых сегментов. Стратегии охвата рынка.
34. Позиционирование товара на рынке.
35. Роль маркетинговых исследований в рыночной экономике.
36. Понятие и методы сбора маркетинговой информации.
37. Программа маркетингового исследования и ее составные части.
38. Понятие комплекса маркетинга. Комплекс «4Р» и «7Р».
39. Понятие товара в маркетинге. Основные виды классификации товаров.
40. Процесс разработки новых товаров.
41. Жизненный цикл товаров (ЖЦТ). Разновидности кривых ЖЦТ.
42. Товарный ассортимент и номенклатура продукции.
43. Политика ценообразования предприятия.
44. Факторы, воздействующие на установление цены.
45. Методы ценообразования.
46. Стратегии ценообразования.
47. Понятие и сущность распределения и процесса товародвижения. Процесс разработки сбытовой политики.
48. Каналы распределения: их виды и функции.
49. Коммуникационная политика и ее составляющие.
50. Методы продвижения товаров.

2.4.5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

На самостоятельную работу обучающихся отводится 20 часов учебного времени.

№ раздела	Наименование раздела	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
-----------	----------------------	---

№ раздела	Наименование раздела	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Теория менеджмента	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.
2	Технология менеджмента	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

№ раздела	Наименование раздела	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
		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 .
3	Теория маркетинга.	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.
4	Практический маркетинг	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

№ раздела	Наименование раздела	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
		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 .

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

3.1.Образовательные технологии при проведении лекций

№	Раздел	Виды применяемых образовательных технологий	Кол-во час
1	Теория менеджмента	проблемное изложение	8
2	Технология менеджмента	проблемное изложение	8
3	Теория маркетинга.	проблемное изложение	4
4	Практический маркетинг	проблемное изложение	12
Итого по курсу			32

3.2.Образовательные технологии при проведении практических занятий (лабораторных работ)

№	Раздел	Виды применяемых образовательных технологий	Кол. час
1	Теория менеджмента	Анализ конкретных ситуаций, тестирование, проведение практических занятий с элементами групповых дискуссий	4
2	Технология менеджмента	Анализ конкретных ситуаций, тестирование, проведение практических занятий с элементами групповых дискуссий	4
3	Теория маркетинга.	Анализ конкретных ситуаций, тестирование, проведение практических занятий с элементами групповых дискуссий	2
4	Практический маркетинг	Анализ конкретных ситуаций, тестирование, проведение практических занятий с элементами групповых дискуссий	6
Итого по курсу			16

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Реализация учебной дисциплины осуществляется в специально оборудованном кабинетов «Менеджмента» . Кабинет менеджмента, ул. Мира, 29 ауд. 8:

Специализированная мебель и системы хранения (доска классная, стол и стул учителя, столы и стулья ученические, шкафы для хранения учебных пособий, системы хранения таблиц и плакатов); технические средства обучения (рабочее место учителя: компьютер учителя, видеопроектор, экран, лицензионное

ПО); демонстрационные учебно-наглядные пособия (комплект стендов: "Система менеджмента качества", "Инвестиционный менеджмент", "Методы и стили управления", "Организационные структуры управления", "Мотивация деятельности сотрудников").

4.2. Перечень необходимого программного обеспечения

- Операционная система Microsoft Windows 10 (дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017, корпоративная лицензия);
- Пакет программ Microsoft Office Professional Plus (дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017, корпоративная лицензия);
- Антивирусная защита физических рабочих станций и серверов: KasperskyEndpointSecurity для бизнеса – Стандартный RussianEdition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal License (контракт №69-АЭФ/223-ФЗ от 11.09.2017, корпоративная лицензия);
- 7-zipGNU LesserGeneralPublicLicense (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Интернет браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- K-Lite Codec Pack — универсальный набор кодеков (кодировщиков-декодировщиков) и утилит для просмотра и обработки аудио- и видеофайлов (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- WinDjView – программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Foxit Reader — прикладное программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно).

5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 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.

5.2. Дополнительная литература

1. Основы менеджмента : учебник / под ред. В.В. Лукашевич, И.В. Бородушко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 271 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-01061-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118632>
2. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общ.ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 325 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03948-1. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/1D8C1758-4837-4253-B4AF-2A472622392A.
3. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 213 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/9EBD8987-4587-424A-953A-C9C0C825AF7B.

5.3. Периодические издания

1. Журнал «Вопросы экономики»
2. Журнал «Маркетинг»
3. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»
4. Электронная библиотека "Издательского дома "Гребенников" (www.grebennikon.ru)
5. Базы данных компании «Ист Вью» (<http://dlib.eastview.com>).

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Министерство образования и науки Российской Федерации (<http://минобрнауки.рф/>);
2. Федеральный портал "Российское образование" (<http://www.edu.ru/>);
3. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" (<http://window.edu.ru/>);
4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (<http://school-collection.edu.ru/>);
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
6. Образовательный портал "Учеба" (<http://www.ucheba.com/>);
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" (<https://pushkininstitute.ru/>);
8. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru/>);
9. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф/>);
10. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
11. Справочно-информационный портал "Русский язык" (<http://gramota.ru/>);
12. Служба тематических толковых словарей (<http://www.glossary.ru/>);
13. Словари и энциклопедии (<http://dic.academic.ru/>);
14. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети)

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации при работе над конспектом во время проведения лекции

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Общие и утвердившиеся в практике правила и приемы конспектирования лекций:

– Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

– Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры.

– Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их.

– В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

– Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

– В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы.

Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа (по В.И. Далю «самостоятельный – человек, имеющий свои твердые убеждения») осуществляется при всех формах обучения: очной и заочной. Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений.

Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

Виды самостоятельной работы, выполняемые в рамках курса:

1. Конспектирование первоисточников и другой учебной литературы;
2. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
3. Выполнение заданий;
4. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
5. Выполнение кейс-заданий.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

Можно отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному

занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала.

Методические рекомендации по работе с литературой

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность студенту сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием.

Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов студент будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в приведенном в ФОС перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации. Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм: медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного; выделить ключевые слова в тексте; постараться понять основные идеи, подтекст и общий

замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов. К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

7.1 Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1.	Теория менеджмента	ОК-1-8 ПК 1.4, 3.1	К, О, ПЗ,Р, Т	вопросы к зачету 1-8
2.	Технология менеджмента	ОК-1-8 ПК 1.4, 3.1	К, О, ПЗ,Р, Т	вопросы к зачету 9-25
3.	Теория маркетинга	ОК-1-8 ПК 1.4, 3.1	К, О, ПЗ,Р, Т	вопросы к зачету 26-31
4.	Практический маркетинг	ОК-1-8 ПК 1.4, 3.1	К, О, ПЗ,Р, Т	вопрос к зачету 32-50

7.2. Критерии оценки знаний

Промежуточный контроль проводится в форме зачета.

Критерии оценки:

Отметка «зачтено» выставляется в том случае, если ответ соответствует всем вышеуказанным критериям (в том числе с уточняющими вопросами экзаменатора). А также, если:

- обучающийся полно отвечает на вопрос, но затрудняется в приведении примера;

- обучающийся отвечает на вопрос недостаточно полно, затрудняется в знании конкретных методов и методик для изучения рассматриваемого явления, но может привести пример или смоделировать ситуацию, демонстрирующие механизмы или закономерности рассматриваемого явления.

- либо обучающийся неполно отвечает на вопрос, затрудняется в представлении теорий, объясняющих механизмы и закономерности тех или иных процессов в рассматриваемом явлении; в указании методов и конкретных методик, с помощью которых можно изучать рассматриваемые в ответе явления.

Отметка «не зачтено» выставляется в том случае, если:

- ответ обучающегося полностью не соответствует указанным критериям;

- обучающийся знает только определение понятия; на бытовом уровне анализирует рассматриваемое явление, не знает методов для изучения и изменения организационной ситуации.

Для успешной сдачи зачета необходима систематическая работа над курсом в течение всего семестра и учебного года: изучение теоретического материала, подготовка к лекционным и практическим занятиям.

7.3 Оценочные средства для проведения текущей аттестации

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий.

В данном разделе приводятся образцы оценочных средств. Полный

комплект оценочных средств приводится в Фонде оценочных средств.

Текущий контроль может проводиться в форме:

- устный опрос (индивидуальный, фронтальный, дискуссия);
- практические задания (в т.ч. тестовые задания, кейс-задания).

Форма аттестации	Знания	Умения	Практический опыт (владение)	Личные качества обучающегося	Примеры оценочных средств
Устный опрос по темам	Контроль знаний по определенным проблемам менеджмента и маркетинга	Оценка умения различать конкретные понятия	Оценка навыков работы с литературными источниками	Оценка способности оперативно и качественно отвечать на поставленные вопросы	Перечень вопросов прилагается
Практические задания	Контроль знания сущности и характерных черт современного менеджмента, истории его развития; особенностей менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); внешней и внутренней среды организации; цикла менеджмента; процесса принятия и реализации управленческих решений; функций менеджмента в рыночной экономике; организации, планирования, мотивации и контроля деятельности экономического субъекта; системы методов управления; методики принятия решений; стилей управления, коммуникаций, делового общения; сущности и функций маркетинга; конъюнктуры рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.	Оценка умения 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	Уметь решать типовые управленческие задачи, соответствующие изучаемым разделам дисциплины	Оценка способности оперативно и качественно решать поставленные на практических работах задачи и аргументировать результаты	Перечень практических заданий прилагается

Примерные тестовые задания:

1. Менеджмент – это:

- а) управление человеческим коллективом в процессе общественного производства;
- б) целенаправленный, осознанный процесс регулирования процессов производства для достижения целей организации;
- в) вид профессиональной деятельности, направленный на достижение поставленных целей путем рационального использования имеющихся ресурсов.

2. Цель менеджмента – это:

а) обеспечение эффективной деятельности организации по достижению ее целей;

б) интегрированный процесс выработки решений по использованию ресурсов производственно-хозяйственной системы;

в) организация деятельности аппарата управления производственно-хозяйственной системы

3. Использование какой функции менеджмента обеспечивает распределение работников по рабочим местам?

а) планирование;

б) организация;

в) мотивация

Примерная тематика рефератов:

1. Понятие, сущность и содержание менеджмента.

2. Менеджмент как наука и практика управления. Цели и задачи менеджмента.

3. Эволюция менеджмента как научной дисциплины

4. Общая характеристика процессного, системного и ситуационного подходов к управлению и их отличительные особенности.

5. Характеристика организации как системы. Цели в управлении организацией. Классификация целей и их ранжирование.

Примерный перечень вопросов для проведения устного опроса:

1. Менеджмент как особая профессиональная деятельность.

2. Предмет науки управления. Субъект и объект управления.

3. Функции, принципы и методы управления.

4. Организация как объект управления. Классификация организаций.

5. Менеджер как субъект управления. Работа и основные качества менеджера. Самоменеджмент и имидж руководителя. Организация рабочего дня менеджера.

Примерные практические задания

Практическое задание 2.

Проведите сравнительный анализ различных взглядов на принципы управления: по Файоллю, Эмерсону, Тэйлору и Форду.

Практическое задание 5. «Ценовая политика»

Вы наверняка знакомы с сезонными распродажами, проводимыми в одно и то же время года. Примерами могут быть «летняя распродажа», «новогодняя распродажа». Почему розничные торговцы проводят эти распродажи каждый год? Может быть, эффективнее проводить распродажи не в традиционное время, чтобы отличаться от конкурентов? Почему? Насколько вообще эффективны стратегии установления цен со скидками и зачетами?

7.4. Оценочные средств для проведения промежуточной аттестации

Форма аттестации	Знания	Умения	Практический опыт (владеть)	Личные качества обучающегося	Примеры оценочных средств
Зачет	Контроль знания сущности и характерных черт современного менеджмента, истории его развития; особенностей менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); внешней и внутренней среды организации; цикла менеджмента; процесса принятия и реализации управленческих решений; функций менеджмента в рыночной экономике; организации, планирования, мотивации и контроля деятельности экономического субъекта; системы методов управления; методики принятия решений; стилей управления, коммуникаций, делового общения; сущности и функций маркетинга; конъюнктуры рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.	Оценка умения 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	Оценка навыков освоения теоретического материала и его грамотного использования в практике менеджмента экономического субъекта	Оценка способности грамотно и четко излагать материал и принимать эффективные решения в области профессиональной деятельности	Перечень вопросов прилагается

7.4.1. Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации (зачет)

1. Понятие, сущность и содержание менеджмента.
2. Менеджмент как наука и практика управления. Цели и задачи менеджмента.
3. Эволюция менеджмента как научной дисциплины
4. Общая характеристика процессного, системного и ситуационного подходов к управлению и их отличительные особенности.
5. Характеристика организации как системы. Цели в управлении организацией. Классификация целей и их ранжирование.
6. Основные факторы внешней среды организации и их взаимосвязь
7. Основные факторы внутренней среды организации.
8. Характеристика внутренних ситуационных переменных организации
9. Сущность и понятие организационной структуры управления
10. Основы проектирования организационных структур управления. Этапы процесса проектирования организации.
11. Характеристика линейной и линейно-штабной структуры
12. Функциональная и дивизионная структуры управления

13. Матричная структура управления
14. Понятие и виды коммуникаций в менеджменте.
15. Основные этапы коммуникационного процесса.
16. Методы преодоления коммуникационных барьеров.
17. Понятие и типы коммуникационных сетей.
18. Сущность и виды управленческих решений.
19. Основные стадии и этапы принятия и реализации управленческих решений
20. Модели поведения руководителя при принятии управленческих решений.
21. Методы принятия управленческих решений
22. Характеристика стилей управления.
23. Требования, предъявляемые к менеджеру.
24. Понятие и источники организационных конфликтов. Методы разрешение конфликтов.
25. Понятие стратегического менеджмента, его цели, задачи и функции. Процесс стратегического планирования.
26. Определение понятия маркетинг, его цели, задачи и функции.
27. Основные категории маркетинга.
28. Эволюция маркетинга как научной дисциплины. Концепции маркетинга.
29. Рынок в системе маркетинга, его виды и принципы функционирования.
30. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение.
31. Виды спроса и задачи маркетинга
32. Понятие сегментации и ее роль в деятельности предприятия. Основные принципы сегментации потребительского рынка.
33. Выбор целевых сегментов. Стратегии охвата рынка.
34. Позиционирование товара на рынке.
35. Сущность и виды маркетинговых исследований.
36. Понятие и методы сбора маркетинговой информации.
37. Программа маркетингового исследования и ее составные части.
38. Понятие комплекса маркетинга. Комплекс «4Р» и «7Р».
39. Понятие товара в маркетинге. Основные виды классификации товаров.
40. Процесс разработки новых товаров.
41. Жизненный цикл товаров (ЖЦТ). Разновидности кривых ЖЦТ.
42. Товарный ассортимент и номенклатура продукции.
43. Политика ценообразования предприятия.
44. Факторы, воздействующие на установление цены.
45. Методы ценообразования.
46. Стратегии ценообразования.
47. Понятие и сущность распределения и процесса товародвижения. Процесс разработки сбытовой политики.
48. Каналы распределения: их виды и функции.
49. Коммуникационная политика и ее составляющие.
50. Методы продвижения товаров в рыночной экономике.

7.4.2. Примерные задания для проведения промежуточной аттестации
Не предусмотрено.

8. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Порядок обучения инвалидов и студентов с ограниченными возможностями определен Положением КубГУ «Об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья».

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены образовательные технологии, учитывающие особенности и состояние здоровья таких лиц.

9. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Не предусмотрено.

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу учебной дисциплины
ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга
21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Рабочая программа ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (СПО) 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.05.2014 № 486 (зарегистрирован в Минюсте России 27.06.2014 № 32885).

В рабочей программе ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга:

1. Цели освоения дисциплины в соответствии с программой профессионального модуля ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга специальности среднего профессионального образования 21.02.05 Земельно-имущественные отношения. Цели и задачи изучения модуля связаны с необходимостью формирования общекультурных и профессиональных компетенций.

2. Формируемые компетенции обучающегося в результате освоения профессионального модуля рабочей программы ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга по ФГОС среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

3. Структура и содержание дисциплины:

- объём учебного модуля и виды учебной работы по часам, указана форма контроля по учебному плану;

- содержание разделов дисциплины, тематический план, занятия лекционного типа, практические занятия, самостоятельная работа;

- форма текущего контроля и промежуточная аттестация. Итоговый контроль установлен в форме квалификационного экзамена.

4. Образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы.

5. Оценочные средства текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации. Указаны темы рефератов, вопросы и задания для проведения текущего контроля.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины; перечень основной, дополнительной литературы, программного обеспечения.

7. Методические указания и материалы по видам занятий.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины, которое способствует проведению всех видов учебной работы.

Все разделы рабочей программы по профессиональному модулю направлены на формирование знаний и умений, в полной мере отвечают требованиям к результатам освоения учебной дисциплины в соответствии с ФГОС СПО. Каждый раздел программы раскрывает рассматриваемые вопросы в логической последовательности, определяемой закономерностями обучения студентов.

Закключение:

Программа может быть использована для обеспечения основной образовательной программы по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

РЕЦЕНЗЕНТ:

Главный инженер по эксплуатации
зданий, ООО «Кубаньспецстрой»



Родин А.В.

Рецензия
на рабочую программу учебной дисциплины
ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга
21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

В паспорте программы сформулированы цели и задачи освоения дисциплины, направленные на овладение обучающимися общими и профессиональными компетенциями.

Данное количество часов, выделенное на освоение учебной дисциплины, позволит:

- сформировать у обучающихся необходимые профессиональные и общие компетенции;
- получить необходимые знания и умения, которые можно применять в дальнейшем на практике.

Тематический план имеет оптимальное распределение часов по разделам и темам по очной форме обучения, в соответствии с учебным планом.

Каждый раздел программы отражает тематику и вопросы, позволяющие, в полном объеме, изучить необходимый теоретический материал. Проведение практических занятий, предусмотренных рабочей программой, позволяют закрепить теоретические знания, приобретенные при изучении данной дисциплины.

Содержание рабочей программы учебной дисциплины соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

Рабочая программа содержит литератур, необходимую для изучения данной дисциплины.

Разработанная программа учебной дисциплины рекомендуется для использования в учебном процессе при подготовке обучающихся по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

Рецензент:

Директор ООО «Югстроймонтаж»

А.Н. Копихоу



Копихоу А.Н.