

Аннотация по дисциплине

ОП.05 Основы микроэкономики, менеджмента и маркетинга

Курс 2 Семестр 4

Количество часов: всего:

124 часа,

лекций - 40 час.,

практических занятий - 42 час,

консультаций - 6 час,

самостоятельной работы - 36 час.

Цель дисциплины: формирование у студентов научного экономического мировоззрения, умения анализировать экономические ситуации.

Задачи дисциплины:

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.

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

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):

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	практический опыт (владеть)
1.	ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	основы экономической теории и экономический отношений; особенности микроэкономического функционирования организации в рыночных условиях; особенности организации и планирования картографо-геодезической отрасли;	производить необходимые экономические расчеты; применять адекватные рыночной ситуации экономические решения и самостоятельно пользоваться нормативными документами; грамотно составлять технический проект на производство топографо-геодезических работ.	формирование у студентов научного экономического мировоззрения, умения анализировать экономические ситуации и закономерности поведения хозяйственных субъектов в условиях рыночной экономики.
2	ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	основные понятия современного менеджмента (управления) и маркетинга; комплекс маркетинговых мероприятий с учетом специфики картографо-геодезической отрасли.		
3	ОК 6	Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами.			
4	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.			
5	ПК 3.2	Обеспечивать соблюдение правил техники безопасности при выполнении работ, требований технических регламентов и инструкций.			

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

Содержание и структура дисциплины (модуля, практики)

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа студента (час)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Раздел 1. Основы микроэкономики. Экономика организации (предприятия).	42	20	22	18
Тема 1.1 Понятие и сущность экономики. Микроэкономика.	4	2	2	2
Тема 1.2 Принципы рыночной экономики. Конкуренция и ее виды. Спрос и предложение.	4	2	2	2
Тема 1.3 Спрос и предложение.	4	2	2	2
Тема 1.4 Собственность и предпринимательство. Организационно-правовые формы организации (предприятия).	4	2	2	-
Тема 1.5 Основные фонды предприятия.	4	2	2	2
Тема 1.6 Оборотные средства предприятия.	4	2	2	2
Тема 1.7 Трудовые ресурсы предприятия. Производительность труда.	6	2	4	2
Тема 1.8 Оплата труда на предприятии.	4	2	2	2
Тема 1.9 Механизм ценообразования.	4	2	2	2
Тема 1.10 Основные показатели деятельности предприятия.	4	2	2	2
Раздел 2. Основы менеджмента и маркетинга.	40	20	20	18
Тема 2.1 Понятие и сущность менеджмента.	4	2	2	2
Тема 2.2 Функции и принципы менеджмента.	4	2	2	-
Тема 2.3 Организация, как объект менеджмента.	4	2	2	2

Тема 2.4 Методы управления. Управленческое решение.	4	2	2	2
Тема 2.5 Лидерство и руководство.	4	2	2	2
Тема 2.6 Принципы делового общения в коллективе. Управление конфликтами.	4	2	2	2
Тема 2.7 Понятие и сущность маркетинга.	4	2	2	2
Тема 2.8 Маркетинговая деятельность предприятия.	4	2	2	2
Тема 2.9 Комплекс маркетинга.	4	2	2	2
Тема 2.10 Особенности предприятий картографо-геодезической отрасли.	4	2	2	2
Всего по дисциплине	82	40	42	36

Курсовые проекты (работы): *не предусмотрены*

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: аудиовизуальная технология, проблемное изложение, активное обучение, развивающее обучение, личностно - деятельностное обучение, диспут по теоретическим вопросам, решение задач индивидуально с групповым обсуждением итогов

В процессе обучения применяются образовательные технологии личностнодеятельностного, развивающего и проблемного обучения.

В учебном процессе наряду с традиционными образовательными технологиями используются компьютерное тестирование, интерактивные технологии.

Вид аттестации: зачет.

Основная литература

1. Грибов В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва: КноРус, 2023. — 224 с. — ISBN 978-5-406-10684-6. — Текст: электронный // URL: <https://book.ru/book/946262>

2. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489986>

3. Кузьмина, Е.Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491625>

Автор: Черникова Н.А.

