

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Узунова Галина Петровна
Должность: Директор
Дата подписания: 13.10.2023 11:46:53
Уникальный программный ключ:
ec29c88afcd483fc3f14efec2359d2c1514e1daf0b74e9391ec46ce98af9ce5f

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ»
«ОТКРЫТЫЙ ТАВРИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор

АНО «ПОО» «Открытый
Таврический колледж»

Г.П. Узунова

2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА
(код, наименование)

ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ
21.02.05 ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННЫЕ ОТНОШЕНИЯ
(код, наименование)

СПЕЦИАЛИСТ ПО ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННЫМ ОТНОШЕНИЯМ
(квалификация)

БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ ПОДГОТОВКИ
(базовый, углубленный)

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

ОЧНАЯ

Симферополь, 2021 г.

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА
на заседании цикловой комиссии
Протокол № 1
от «30» 08 2021 г.

Председатель цикловой комиссии
Завгородняя В.М. 
(Подпись, Ф.И.О.)

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности среднего
профессионального образования
21.02.05 Земельно-имущественные
отношения
(код, наименование специальности)

Разработчик:

Инжиева Д.М., преподаватель
Ф.И.О., ученая степень, звание, должность,

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью примерной основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО 21.02.05 Земельно-имущественные отношения (Углубленная подготовка).

Содержание дисциплины должно быть ориентировано на подготовку студентов к освоению профессиональных модулей ППССЗ 21.02.05 Земельно-имущественные отношения и овладению общих компетенций (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» является общепрофессиональной дисциплиной профессионального цикла.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.

ОК 3. Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 5. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 8. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.4. Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.

ПК 3.1. Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы.

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

В результате освоения учебной дисциплины 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;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **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. Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося __104__ часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося __68__ часов;

самостоятельной работы обучающегося __36__ часов.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	<i>104</i>
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	<i>68</i>
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	<i>36</i>
В том числе:	
<i>Итоговая аттестация в форме диф.зачета</i>	

2.2. Примерный тематический план и содержание учебной дисциплины _____

наименование

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Теория менеджмента		12	
Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента	Содержание учебного материала		
	1 Понятие менеджмента. Предмет и задачи. Этапы развития менеджмента. Характерные черты каждого этапа.	6	1
	2 Сущность и характерные черты современного менеджмента. Особенности менеджмента в сфере земельно - имущественных отношений.		1
Тема 1.2. Основные функции современного менеджмента	Содержание учебного материала		
	1 Понятие организации деятельности. Цели организации. Принципы организации: дифференциация, рациональность, кооперация, стандартизация.	6	1
	2 Планирование: понятие, цели, принципы: точность, непрерывность, гибкость, экономичность и другие. Стратегическое (долгосрочное) и тактическое (1-3 года) планирование. Бизнес - план как основа эффективности бизнеса.		1
	3 Мотивация к деятельности: понятие, методы мотивации: поощрение и наказание. Материальная, моральная и социальная мотивация работника.		2
	4 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.		3
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению вопроса «Контроль деятельности». Составление конспекта.	4	
Раздел 2. Технологии менеджмента		50	
Тема 2.1. Организационные структуры управления предприятием	Содержание учебного материала		
	1 Понятие организационной структуры управления. Признаки эффективной организационной структуры управления. Факторы влияния.	10	1
	2 Виды организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, адаптивная, множественная структуры управления предприятием. Сущность, преимущества и недостатки.		3

	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению множественной структура управления. Составление конспекта.	4	
Тема 2.2. Система методов управления	Содержание учебного материала		
	1	Организационно -распорядительные методы (организационно -административные)	14
	2	Экономические методы управления	2
	3	Социально-психологические методы управления	3
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению социально - психологических методов управления. Составление конспекта.	4	
Тема 2.3. Процесс принятия и реализации управленческих решений	Содержание учебного материала		
	1	Понятие управленческого решения. Черты управленческих решений. Классификация управленческих решений. Три стадии управленческих решений. Американский социолог М.Рубинштейн о принятии управленческих решений (10 правил).	22
	2	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.	2
	3	Понятие методов принятия решений. Экспертные, неэкспертные, психологические методы. Коллективные и индивидуальные методы.	3
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению неэкспертных методов принятия управленческого решения. Составление конспекта.	4	
Тема 2.4. Стили управления, коммуникации, деловое общение	Содержание учебного материала		
	1	Стили управления: авторитарный, демократический, либеральный, ситуационный стили управления. Достоинства и недостатки.	4
	2	Понятие коммуникации в управлении. Процесс коммуникации как совокупность этапов передачи управленческой информации. Коммуникационные сети: горизонтальные, вертикальные, диагональные.	3
	3	Понятие делового общения. Правила делового общения. Этапы и фазы. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров.	2
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению коммуникационных сетей. Составление конспекта.	4	
Раздел 3. Теория маркетинга		6	
Тема 3.1. Сущность	Содержание учебного материала		

и функции маркетинга	1	Маркетинг: сущность, основные виды, цели. Маркетинговые концепции. Функции маркетинга.	2	3
	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.	4	3
	Самостоятельная работа обучающихся: составление глоссария по теме на следующие термины: виды маркетинга: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, демаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий маркетинг; конъюнктура рынка, рыночный сегмент, рыночное окно.		4	
Раздел 4. Практический маркетинг			28	
Тема 4.1. Маркетинговые ис-	Содержание учебного материала			
	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	2
	2	Наблюдение за рынком как инструмент исследования рынка. Понятие наблюдения за рынком, в том числе рынком недвижимости. Отслеживание динамики спроса и предложения и другой конъюнктуры.	4	3
	3	Прогнозирование рынка недвижимости. Составление прогноза долгосрочных перспектив развития рынка недвижки мости на основе динамики спроса и предложения.	4	3
	Самостоятельная работа обучающихся: покупка газеты «Из рук в руки» с интервалом для практических занятий. Подготовка материалов для анализа.		4	
Тема 4.2. Разработка стратегий	Содержание учебного материала			
	1	Понятие маркетинговой стратегии. Стратегии относительно ценообразования, товарные стратегии. Применение.	2	2
Тема 4.3. Реализация стратегий	Содержание учебного материала			
	1	Понятие товарной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.	10	2
	2	Понятие ценовой политик. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно - имущественных отношений.		2
	3	Понятие коммуникационной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.		3
	4	Понятие сбытовой политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.		1

Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению приемов стимулирования сбыта (как инструмента коммуникационной политики). Составление конспекта.	4
Всего:	104

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебных кабинетов «Менеджмента» и «Маркетинга».

Оборудование учебного кабинета: комплект учебной мебели, классная доска, комплект учебно-методической документации, стенды.

Технические средства обучения: экран, проектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник [Электронный ресурс] / М. : Дашков и Ко, 2012. - 446 с.
2. Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие [Электронный ресурс] / Э.В. Минько, В. Карпова. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 352 с.
3. Годин, А.М. Маркетинг : учебник [Электронный ресурс] / А.М. Годин. - М. : Дашков и Ко, 2012. - 656 с.
4. Менеджмент : Учебник / Под общ. ред. И.Н. Шапкина. - М. : Юрайт, 2011. - 690 с. - (Основы наук).
5. Баринов В.А. Стратегический менеджмент : учебник / В. А. Баринов, В. Л. Харченко. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 237 с. - (Учебники для программы МВА).
6. Добрина Н.А. Менеджмент: основы теории и деловой практик : учебное пособие. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 288 с. : ил. - (ПРОФИЛЬ).

Дополнительные источники

Нормативно — правовые акты

1. Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. № 2300-1
2. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38 - ФЗ

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения устного и письменного опросов, практических занятий, тестирования, контрольных работ, выполнения обучающимися индивидуальных заданий, а также в процессе дифференцированного зачета.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки
Умения:	
планировать и организовывать работу подразделения	практические занятия
формировать организационные структуры управления	практические занятия контрольная работа
разрабатывать мотивационную политику организации	практические занятия
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	практические занятия контрольная работа
принимать эффективные решения, используя систему методов управления	практические занятия контрольная работа
учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях	устный опрос
анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование	практические занятия
определять стратегию и тактику относительно ценообразования	практические занятия
Знания:	
сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития	устный опрос
особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)	устный опрос
внешняя и внутренняя среда организации	письменный опрос
цикл менеджмента	устный опрос
процесс принятия и реализации управленческих решений	практические занятия контрольная работа
функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта	письменный опрос
система методов управления	устный опрос практические занятия

методика принятия решений	устный опрос практические занятия контрольная работа
стили управления, коммуникации, деловое общение	устный опрос практические занятия контрольная работа
сущность и функции маркетинга	устный опрос составление глоссария
конъюнктура рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	устный опрос практические занятия