

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Колледж Волжского университета имени В.Н. Татищева»



УТВЕРЖДАЮ

Директор

О.В. Лашук /О.В. Лашук/
22 мая 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.4 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

цикла профессиональной подготовки

основной профессиональной образовательной программы по специальности

21.02.05 Земельно-имущественные отношения

ОДОБРЕНА

Педагогическим Советом

Протокол № 6 от «22» мая 20 20 г.

Председатель Педагогического Совета

Лашук / О.В. Лашук /

Составитель: Елисеева Ирина Владимировна, преподаватель АНО СПО «Колледж ВУиТ»

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности **21.02.05 Земельно-имущественные отношения**, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 г. № 486.

СОДЕРЖАНИЕ

1	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.4 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины (далее программа УД) - является частью основной профессиональной образовательной программы АНО СПО «Колледж ВУиТ» по специальности СПО 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

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

Рабочая программа входит в инвариативную часть профессионального цикла.

1.3. Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

Базовая часть

В результате освоения 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 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.

Содержание дисциплины должно быть ориентировано на подготовку студентов к освоению профессиональных модулей ОПОП по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения и овладению профессиональными компетенциями (ПК):

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.

В процессе освоения дисциплины у студентов должны формироваться общие компетенции:

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.

1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки студента - 54 часа, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки студента – 32 часа;

- самостоятельной работы студента – 22 часа.

В том числе часов **вариативной части** учебных циклов ППСЗ: **не предусмотрено.**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной деятельности	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	54
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	32
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	16
контрольные работы	-
курсовая работа (проект)	-
самостоятельная работа студента (всего)	22
Итоговая аттестация в форме	контрольной работы

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА			
Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития	Понятия «менеджмент» и «управление». Донаучный этап в развитии менеджмента. Научные школы менеджмента. Интегрированные подходы в менеджменте. Современная система взглядов на менеджмент.	1	1
	Практические занятия: Менеджеры и предприниматели	2	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся: Написание эссе об известном менеджере или предпринимателе	2	3
Тема 1.2. Связывающие процессы в менеджменте	Связывающие процессы. Коммуникации: виды и элементы. Преграды в организационных коммуникациях и способы их совершенствования. Принятие управленческого решения. Виды, этапы принятия и факторы управленческих решений	1	1
	Практические занятия: Процесс коммуникации в организации. Принятие управленческого решения	2	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка парой студентов одного из видов деловой беседы	2	3
Тема 1.3. Понятие, сущность и основные признаки организации	Природа и сущность организации. Определение понятия организации. Черты и свойства организаций. Основные модели организаций. Внешняя среда организации. Внутренняя среда организации.	1	1
Тема 1.4. Внутренняя и внешняя среда организации	Среда организации. Внешняя среда и ее элементы. Факторы прямого и косвенного воздействия, их характеристика, взаимосвязь. Подвижность и неопределенность внешней среды. Внутренняя среда, ее основные переменные (цели, задачи, технология, структура и люди)	1	1
	Практические занятия: Построение дерева целей для предприятия	2	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся: Составление логико-смысловой схемы по вопросу «Внешняя и внутренняя среда организаций»	4	3

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ			
Тема 2.1. Сущность планирования и контроля производственной деятельности	Планирование: виды, этапы, требования. Организация и типы структур организации. Мотивация работников в организации. Контроль: виды, этапы, принципы эффективности	1	1
	<i>Практические занятия:</i> Процесс управления организацией	1	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся: Процесс управления организацией	2	3
Тема 2.2. Организация и типы организационных структур.	Что такое организация Характеристика и типы организационных структур Взаимосвязь организации с внешней средой Построение организации	1	1
	<i>Практические занятия:</i> Охарактеризовать организацию по типу, по построению	1	2,3
Тема 2.3. Процесс принятия и реализации управленческих решений	Особенности принятия управленческих решений. Понятие управленческого решения Классификация управленческих решений. Условия, в которых принимаются управленческие решения. Принятие и реализация управленческих решений. Методы принятия управленческого решения. Этапы рационального решения проблем. Реализация управленческого решения	1	1
РАЗДЕЛ 3. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ И ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ			
Тема 3.1. Мотивационная политика организации	Понятие мотивации. Соотношение мотивов, стимулов, потребностей, интересов и целей. Внутренняя и внешняя мотивации. Управление мотивацией. Содержательные теории мотивации. Иерархия потребностей по А. Маслоу. Теория К. Альдерфера. Теория потребностей Д. Макклелланда. Двухфакторная концепция Ф. Герцберга. Ограничение содержательных теорий. Процессуальные теории мотивации. Теории ожиданий (модель мотивации по В. Вруму). Теория справедливости. Модель Портера-Лоулера. Виды и средства мотивации. Проблемы мотивации в современной России. Планирование работ. Оценка и измерение трудовой деятельности.	1	1
Тема 3.2. Основные элементы управления персоналом и самоменеджмент	Развитие самоуправления, его эффективность и влияние в конкретной организации во многом определяется степенью реализации лидерского потенциала всех работников. Цели самоменеджмента. Ключевые навыки эффективного самоменеджмента. Ключевые навыки эффективного самоменеджмента	1	1

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
Тема 3.3. Лидерство и стиль руководства	Основы лидерства Стили управления Классификация Курта Левина Теория Дугласа Мак Грегора Четыре системы Рэнсиса Лайкерта «Управленческая сетка ГРИД» Современные модели лидерства Концепция атрибутивного лидерства Концепция харизматического лидерства Концепция преобразующего лидерства «Основы эффективного лидерства»	1	1
Тема 3.4. Элементы эффективного управления	Теоретические аспекты системы управления персоналом предприятия. Кадровая и социальная политика - как элемент эффективного управления персоналом. Процесс адаптации новых работников на предприятии. Аттестация персонала на предприятии. Повышение квалификации и переподготовка кадров на предприятии	1	1
	Практические занятия: Проанализировать кадровую и социальную политику предприятия	1	2,3
РАЗДЕЛ 4. ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЯХ			
Тема 4.1. Конъюнктура рынка недвижимости	Понятие конъюнктуры рынка. Знание закономерностей и конкретики развития рынка должно основываться на изучении рыночной конъюнктуры. Методы и процедура анализа рынка недвижимости. Идентификация сегмента рынка. Анализ спроса. Конкурирующее предложение. Рыночное равновесие по недвижимости. Факторы, воздействующие на рынок недвижимости	1	1
Тема 4.2. Динамика спроса и предложения на рынке недвижимости с учетом долгосрочных перспектив	Конкуренция. Технология риэлторских услуг значимости и качества информационных систем борьба за рынки труда и сбыта, клиентов и кредитные ресурсы банков, отечественных и зарубежных инвесторов. Динамика и емкость рынка недвижимости	1	1
	Практические занятия: Конкуренция на рынке риэлторских услуг	1	2,3
Тема 4.3. Групповая динамика и руководство	Группы в организации: их виды и значение. Методы повышения эффективности работы групп. Определение и типы власти. Теории лидерства (руководства). Причины, процесс, последствия конфликтов. Управление конфликтами, изменениями и развитием организаций	0,5	1
	Практические занятия: Повышение эффективности руководства подразделением	1	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся:	2	3

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
	Оценка лидерских качеств		
Тема 4.4. Маркетинг как главная интегрирующая функция управления	Распространение и различные трактовки маркетинга. Маркетинговая среда. Процесс управления маркетингом	0,5	1
	Практические занятия: Экономическая игра: Маркетинг-микс	1	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся: Разработка комплекса маркетинга для малого предприятия	2	3
Тема 4.5. Методология маркетингового исследования	Системы маркетинговой информации. Понятие, виды и схема маркетингового исследования. Сбор вторичной информации. Методы получения первичной информации.	0,5	1
	Практические занятия: Технология маркетингового исследования	1	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся: Разработка анкеты целевого потребителя	2	3
Тема 4.6. Комплексное исследование рынка в системе маркетинга	Изучение потребительских рынков и покупательского поведения. Изучение рынка предприятий. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара.	0,5	1
	Практические занятия: Экономическая игра: Сегментирование и отбор целевых рынков	1	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся: Составление профиля целевого потребителя	2	3
Тема 4.7. Разработка комплекса маркетинга	Разработка товара и товарной политики. Установление цен на товары и ценовая политика. Распространение товара и сбытовая политика. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций	0,5	1
	Практические занятия: Роль комплекса маркетинга в повышении конкурентоспособности компании	1	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся: Конкурентный анализ организации	2	3
Тема 4.8. Реализация маркетинговых	Процедура и виды маркетингового планирования. Организация службы маркетинга на предприятии. Маркетинговый контроль.	0,5	1
	Практические занятия:	1	2,3

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
мероприятий	Маркетинговые стратегии организации		
	Самостоятельная работа обучающихся: Разработка плана маркетинга малого предприятия	2	3
ВСЕГО:		Л-16 ПЗ-16 СР-22 54	

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)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия кабинета экономики и менеджмента.

Перечень основного оборудования:

- офисная мебель на 28 мест.

Демонстрационное оборудование:

- учебная доска.

3.2. Информационное обеспечение обучения (перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы)

Основные источники

1. Астахова, Н. И. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин ; под общей редакцией Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5386-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477870>

2. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452215>

3. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426395>

4. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451068>

5. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8980-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452744>

6. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449628>

7. Михалева, Е. П. Менеджмент : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5662-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449621>

8. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450814>

Дополнительные источники

1. Гапоненко, А. Л. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02049-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450687>

2. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450802>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
В результате освоения дисциплины студент должен уметь:	
<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Устный или фронтальный опрос, практические занятия</p>
В результате освоения дисциплины студент должен знать:	
<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Устный или фронтальный опрос, практические занятия</p>