



**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
«САРАТОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ СТРОИТЕЛЬСТВА МОСТОВ И
ГИДРОТЕХНИЧЕСКИХ СООРУЖЕНИЙ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА
21.02.05 «Земельно – имущественные отношения»
(Углубленной подготовки)**

Саратов, 2018

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта (далее-ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее-СПО) 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» углубленной подготовки (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от от 12 мая 2014 № 486).

ОДОБРЕНО

на заседании цикловой комиссии
специальности 21.02.05
«Земельно – имущественные отношения»

УТВЕРЖДАЮ

зам.директора по учебной работе
ГАПОУ СО «СКСМГС»

Протокол № 1, дата «28» августа 2018 г.
Председатель комиссии Э.В. Мисюрина
Протокол № 1, дата «28» августа 2019 г.
Председатель комиссии Э.В. Мисюрина
Протокол № , дата « » 20 г.
Председатель комиссии
Протокол № , дата « » 20 г.
Председатель комиссии

О.В. Вязицкий
«28» августа 2018 г.
О.В. Вязицкий
«28» августа 2019 г.
« » 20 г.
« » 20 г.

Составитель: Г.А. Азикова, преподаватель высшей квалификационной категории ГАПОУ СО «СКСМГС»

Рецензент: С.Л. Аборин, кандидат экономических наук, директор ГБПОУ СО «Аткарский политехнический лицей»

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» для специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» преподавателя ГАПОУ СО «Саратовский колледж строительства мостов и гидротехнических сооружений» Азиковой Галины Александровны.

Структура рабочей программы содержит паспорт программы учебной дисциплины, структуру и содержание учебной дисциплины, условия реализации учебной дисциплины, контроль и оценку результатов освоения учебной дисциплины.

Тематический план дисциплины дает представление об учебной нагрузке студентов, последовательности изучения разделов и тем рабочей программы. Кроме того, в рабочей программе содержатся виды самостоятельной работы студента, перечень литературы и средств обучения.

Рабочая программа ставит и успешно реализует следующие цели:

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; определять стратегию маркетинга;

знать сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; особенности менеджмента в области

профессиональной деятельности; 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 решения; стили управления, коммуникации, деловое общение; сущность и функции маркетинга; конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

В результате изучения данной дисциплины студенты приобретают необходимые общие и профессиональные компетенции.

Данная рабочая программа рекомендуется к использованию в учебном процессе, так как соответствует ФГОС СПО и требованиям к выпускникам образовательного учреждения среднего профессионального образования.

Рецензент:

кандидат экономических наук,
директор ГБПОУ СО
«Аткарский политехнический лицей»



С.Л. Аборин

С.Л. Аборин

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 3
2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
5. ОФОРМЛЕНИЕ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ	10

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 21.02.05 «Земельно - имущественные отношения».

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: профессиональный цикл, общепрофессиональная дисциплина.

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;
- определять стратегию маркетинга.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- 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;

Вариативная часть:

- применение мотивационных теорий в современной практике управления.

Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 108 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 72 часов; самостоятельной работы обучающегося 36 часов.

Дисциплина изучается в течение одного семестров.

Итоговый контроль знаний проводится по завершению курса дисциплины в III семестре в форме дифференцированного зачета.

- сущность и функции маркетинга;
- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 108 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 72 часов; самостоятельной работы обучающегося 36 часов.

Дисциплина изучается в течение одного семестров.

Итоговый контроль знаний проводится по завершению курса дисциплины в III семестре в форме дифференцированного зачета.

Таблица 1.1 – Профессиональные и общие компетенции

Код	Наименование результата обучения
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессом, 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 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	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их
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.
ПК 5.1	Организовывать всю деятельность как индивидуального предпринимателя (кадастрового инженера) или коллектива организации в соответствии с вышеприведенными видами деятельности.
ПК 5.2	Планировать за предпринимательскую деятельность им отчитываться за нее.
ПК 5.3	Устанавливать партнерские связи, заключать хозяйственные договора.
ПК 5.4	Обеспечивать получение прибыли от хозяйственной деятельности.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Таблица 2.1 – Виды учебной работы с объемом часов

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	108
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	72
в том числе:	
практические работы	34
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	36
в том числе:	
1. Современное развитие организаций сферы недвижимости.	4
2. Актуальность проблем менеджмента в данных организациях	4
3. Факторы оценки предприятия и факторы, влияющие на потенциал.	4
4. Сбор и анализ информации для составления плана	4
5. Применение мотивационных теорий в современной практике управления	4
6. Проблемы, возникающие вследствие воздействия системы контроля, Поведенческие аспекты контроля, Эффективные системы контроля.	4
7. Отношение собственности в условия рынка	4
8. Динамика спроса и предложения на рынке недвижимости	4
9. Психологические методы ценообразования	4
Итоговая аттестация в форме	дифференцированного зачета

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

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел I	Основы менеджмента	74	
Тема 1.1	Содержание	10	
Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития	1	Понятие менеджмента, его содержание. Менеджмент как наука и искусство. Общая характеристика системы управления предприятием. Менеджмент и его место в системе управления.	
	2	История развития менеджмента. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный и ситуационный. Их сущность и основные отличия.	
	3	Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям). Особенности управления в брокерском бизнесе по недвижимости. Современное развитие организаций сферы недвижимости. Актуальность проблем менеджмента в данных организациях. Факторы оценки предприятия и факторы, влияющие на потенциал.	
	4	Внешняя и внутренняя среда организации. Цикл менеджмента. Понятие и сущность организации, ее внешние и внутренние цели. Внутренняя и внешняя среда организации, факторы прямого и косвенного воздействия. Структура организации.	
	5	Процесс принятия и реализации управленческих решений. Понятие «управленческое решение». Организационные решения: запрограммированные и незапрограммированные. Подходы к принятию решений: интуитивный, основанный на суждениях, рациональный. Этапы рационального решения проблемы: диагностика, сбор информации по проблеме, отбор данных, определение альтернатив. Оценка альтернатив, выбор альтернатив, реализация решения, обратная связь. Методика принятия решений.	
	Практическое занятие	6	
	1	Принятие эффективных решений, используя систему методов управления.	
	Самостоятельная работа	12	
	1	Современное развитие организаций сферы недвижимости.	
	2	Актуальность проблем менеджмента в данных организациях	
	3	Факторы оценки предприятия и факторы, влияющие на потенциал.	
Тема 1.2	Содержание	8	
Функции менеджмента в рыночной экономике: организация, планирование, мотивация и контроль деятельности экономического субъекта	1	Организационная структура предприятия. Типы организационных структур, их достоинства и недостатки. Преимущества современных структур управления. Взаимосвязь организационной и управленческой структур. Делегирование полномочий. Уровни правления. Проектирование организационных структур и оценка их эффективности.	
	2	Стратегическое планирование. Тактическое и текущее планирование. Бизнес-план: функции и структура; содержание разделов; управление рисками.	
	3	Мотивация. Первоначальные концепции мотивации. Современные теории мотивации: содержательные и процессуальные. Индивидуальная и групповая мотивация. Применение мотивационных теорий в современной практике управления.	

	4	Контроль. Этапы процесса контроля: установление стандартов, измерение результатов, сравнение результатов со стандартами, выбор необходимых корректирующих действий. Направление контроля. Виды контроля: предварительный контроль, текущий (оперативный) контроль, заключительный контроль. Проблемы, возникающие вследствие воздействия системы контроля. Поведенческие аспекты контроля. Эффективные системы контроля.		
	5	Система методов управления.	12	
		Практическое занятие		
	1	Формирование организационных структур управления.		
	2	Планирование и организация работы подразделения		
	3	Разработка мотивационной политики организации.	12	
		Самостоятельная работа		
	1	Сбор и анализ информации для составления плана		
	2	Применение мотивационных теорий в современной практике управления		
	3	Проблемы, возникающие вследствие воздействия системы контроля. Поведенческие аспекты контроля, Эффективные системы контроля.		
Тема 1.3 Стили управления, коммуникаций деловое общение		Содержание	6	2
	1	Стили и эффективность управления. Власть, виды власти. Лидерство, подходы к пониманию сути лидерства. Стили руководства и их эффективность. Делегирование. Должностные обязанности. Система методов управления.		
	2	Связующие процессы в системе управления организации. Понятие «коммуникации в системе управления». Коммуникационный процесс. Элементы коммуникационного процесса: отправитель, сообщение, канал, получатель. Этапы коммуникационного процесса: зарождение идеи, кодирование и выбор канала, передача, декодирование. Обратная связь. Коммуникации между уровнями и подразделениями. Коммуникации между организацией и ее внешним окружением. Межличностные коммуникации. Препятствия на пути коммуникаций. Эффективные системы коммуникаций. Неформальные коммуникации.		
	3	Виды делового общения. Природа конфликта; виды и причины конфликтов. Способы локализации конфликта.		
		Практическое занятие	8	
	1	Применение в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения, учитывая особенности менеджмента в земельно-имущественных отношениях		
Раздел 2.		Основы маркетинга	34	
Тема 2.1		Содержание	2	2
Сущность и функции маркетинга	1	Сущность и характерные черты современного маркетинга, история его развития. Виды маркетинговых концепций и их цели. Современные тенденции развития маркетинга в России.		
Тема 2.2		Содержание	12	
Копьюнктура рынка недвижимости, динамика спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом	1	Рынок, как основной объект маркетинга; виды рынков. Задачи, принципы и методы маркетинга (стимулирующий, развивающий, конверсионный т.д.). Функции маркетинга.		
	2	Маркетинговая микросреда фирмы. Маркетинговая макросреда фирмы. Факторы окружающей среды маркетинга и их влияние на успех организации. Адаптация.		
	3	Составляющие системы маркетинговой информации. Система анализа маркетинговой информации. Процесс маркетингового исследования. Методы сбора информации. Комплексное исследование в		

долгосрочных
перспектив

4	маркетинге. Сегментирование. Целевой маркетинг. Факторы, формирующие конъюнктуру рынков и показатели их действия. Структура маркетинга: понятие элементов маркетинга и их компонентов. Разработка товаров. Классификация товаров. Товарная номенклатура и ассортимент. Товарные знаки. Упаковка товаров. Ключевые факторы успешной разработки новых товаров. Ценообразование в маркетинге. Основные маркетинговые цели ценообразования. Факторы, определяющие цену. Стратегии ценообразования. Распределение товаров. Каналы распределения. Процесс распределения товаров. Продвижение товаров.	
5	Процесс управления маркетингом. Этапы процесса управления маркетингом. Планирование и контроль маркетинга. План маркетинга. Система контроля маркетинга. Маркетинговая деятельность и стадии управления. Формирование организационной структуры управления маркетингом, Виды структур.	
6	Анализ рынка недвижимости. Актуальность проблем маркетинга в данных организациях. Особенности ценообразования. Структура управления маркетингом специализированного предприятия. Стратегия маркетинга.	
Практическое занятие		8
1	Анализ рынка недвижимости, осуществление его сегментации и позиционирование, учитывая особенности маркетинга в земельно-имущественных отношениях	
2	Определение стратегии и тактики относительно ценообразования	
3	Определение стратегии маркетинга.	
Самостоятельная работа		12
1	Отношение собственности в условия рынка	
2	Динамика спроса и предложения на рынке недвижимости	
3	Психологические методы ценообразования	
Всего		108

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Программа дисциплины реализуется в учебном кабинете «Экономики организации, менеджмента и маркетинга. Экономической теории и теории бухгалтерского учета» № 411.

Оборудование (оснащение) учебного кабинета:

- комплект учебно-методических документов;
- рабочие учебные места по количеству посадочных мест.
- комплекс плакатов.

Технические средства обучения:

- мультимедийное оборудование.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Учебные издания:

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. / Пер. с англ. Под науч. Ред С.Г. Жильцова – СПб.: 2016 – 480 с.: ил – язя9Серия «Классический зарубежный учебник»)
2. Маркетинг: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования/ А. Ф. Барышев – 9-е изд., - М.: издательский центр «Академия» - 2014 – 224 с.
3. Основы менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях: учебник/ Сухов В.Д. - М.: издательский центр «Академия» - 2014 – 240 с.
4. Менеджмент : учебник / Г. Б. Казначевская — Изд. 16-е, доп. и перераб. — Ростов н/Д : Феникс, 2014. — 347, — (Среднее профессиональное образование)

Основные источники:

Дополнительные источники:

1. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер – М.: Издательство АСТ, 2015.-230 с.
2. Маркетинг: общий курс: учеб. пособие / Под ред. Н. Я. Калюжной, А. Я. Якобсона. – 2-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2016. – 476 с.
3. Маркетинг: учеб. / Б.А. Соловьев. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 383 с.
4. Маркетинг: учеб./З. К. Океанова. – М.: ТК Велби, Проспект, 2014. – 424 с.
5. Маркетинг. Конспект лекций/ Е. П. Михалева. – М.: Юрайт-Издат, 2016. – 224 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.ts-ru.com>
2. <http://www.cfin.ru>
3. <http://dlastudenta.narod.ru/management>
4. www.dis.ru.
5. www.marketolog.ru
6. www.reklamodatel.ru
7. www.manager.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения позволяют проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений, знаний

Таблица 4.1 – Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Коды формируемых профессиональных и общих компетенций	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь:		
планировать и организовывать работу подразделения;		Текущий контроль в форме тестирования по темам
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; определять стратегию маркетинга.		
знать:		
сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития;		Текущий контроль в форме выполнения практических заданий
особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);		
внешнюю и внутреннюю среду организации;		

процесс принятия и реализации управленческих решений;		
функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта		
стили управления. коммуникации, деловое общение;		
сущность и функции маркетинга;		
конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив		

