Аннотация программы ОП.04

Дисциплина

«ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

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

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

2. Виды учебной работы и объём учебных 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	

3.Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы менеджмента

Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития

Тема 1.2. Функции менеджмента в рыночной экономике: организация, планирование, мотивация и контроль деятельности экономического субъекта

Тема 1.3. Стили управления, коммуникаций ,деловое общение

Раздел 2. Основы маркетинга

Тема 2.1. Сущность и функции маркетинга

Тема 2.2. Конъюнктура рынка недвижимости, динамика спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив