

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Уральский политехнический колледж»



УТВЕРЖДАЮ

Директор АНПОО УрПК

Миннихметов Р.Р.

« 29 » августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА
по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

Уфа – 2022

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

Организация-разработчик: АНПОО «Уральский политехнический колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	стр. 4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13

ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 21.02.05 Земельно-имущественные отношения в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

1.2 Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Учебная дисциплина ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга является общепрофессиональной дисциплиной профессионального цикла.

1.3 Цели и задачи учебной дисциплины - требования к результатам освоения учебной дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО и ППСЗ по данному направлению подготовки:

Общих компетенций (ОК), включающих в себя способность:

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.

Профессиональных компетенций (ПК), включающих в себя способность:

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.

Личностные результаты (ЛР) реализации программы воспитания:

ЛР 4. Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР 7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 14. Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности

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;
- анализировать поведение покупателей, разрабатывать должностные характеристики маркетологов;
- анализировать окружающую среду организации;

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;
- методiku 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;
- основные понятия, назначение и признаки сегментирования, критерии выбора сегмента рынка, назначение, условия и способы позиционирования;
- классификацию субъектов, осуществляющих маркетинговую деятельность, требования к ним, организационные структуры управления маркетингом, классификацию потребителей

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося - **117 часов**, в том числе:
 обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося - **78 часов**,
 самостоятельная работа обучающегося – **39 часов**.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	117
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	78
в том числе:	
лекции	38
практические занятия	40
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	39
Итоговая аттестация в форме дифференциального зачета	

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.04 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. Теория менеджмента			17	
Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента	Содержание учебного материала:		2	
	1	Понятие менеджмента. Предмет и задачи. Этапы развития менеджмента. Характерные черты каждого этапа.		1
	2	Сущность и характерные черты современного менеджмента. Особенности менеджмента в сфере	1	
Тема 1.2. Основные функции современного менеджмента	Самостоятельная работа обучающихся: Подбор в СМИ информации и подготовка плана и тезисов ответов об организациях, проигравших в конкурентной борьбе по причине неверного стратегического планирования. Составьте баланс своих доходов и расходов за истекший месяц и на его основе разработайте план на будущий месяц.		2	
	Содержание учебного материала:		4	
	1	Понятие организации деятельности. Цели организации. Принципы организации: дифференциация, рациональность, кооперация, стандартизация.		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.		2
	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.	2	
	Практические занятия: разработка мотивационной политики организации.		6	
Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению вопроса «Контроль деятельности». Составление конспекта.		3		
Раздел 2. Технология менеджмента			52	
Тема 2.1. Организационные структуры управления предприятием	Содержание учебного материала:		4	
	1	Понятие организационной структуры управления. Признаки эффективной организационной структуры управления. Факторы влияния.		1
	2	Виды организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, адаптивная, множественная структуры управления предприятием.		2

		Сущность, преимущества и недостатки.		
		Практические занятия: задания на формирование различных организационных структур управления предприятием.	4	
		Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению множественной структура управления. Составление конспекта.	4	
Тема 2.2. Система методов управления	Содержание учебного материала:		6	
	1	Организационно-распорядительные методы (организационно-административные)		1
	2	Экономические методы управления		2
	3	Социально-психологические методы управления	2	
		Практические занятия: Разработка экономических методов управления	4	
		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:		4	
	1	Понятие управленческого решения. Черты управленческих решений. Классификация управленческих решений. Три стадии управленческих решений. Американский социолог М.Рубинштейн о принятии управленческих решений (10 правил).		2
	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.	2	
		Практические занятия: задание на выявление проблемы и разработки управленческого решения по ней.	2	
		Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению неэкспертных методов принятия управленческого решения. Составление конспекта.	6	
Тема 2.4. Стили управления, коммуникации, деловое общение	Содержание учебного материала:		4	
	1	Стили управления: авторитарный, демократический, либеральный, ситуационный стили управления. Достоинства и недостатки.		2
	2	Понятие коммуникации в управлении. Процесс коммуникации как совокупность этапов передачи управленческой информации. Коммуникационные сети: горизонтальные, вертикальные, диагональные.		2
	3	Понятие делового общения. Правила делового общения. Этапы и фазы. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров.	2	
		Практические занятия: отработка приемов делового и управленческого общения.	6	
		Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению коммуникационных сетей. Составление конспекта.	4	
Раздел 3. Теория маркетинга			12	
Тема 3.1. Сущность и функции маркетинга	Содержание учебного материала:		2	
	1	Маркетинг: сущность, основные виды, цели. Маркетинговые концепции. Функции маркетинга.		2
	2	Рынок как условие и экономическая основа маркетинга. Рынок в маркетинге, Потребительский рынок		2

		и рынок хозяйствующих субъектов. Состав внутренней и внешней среды организации, ее влияние на деятельность.		
		Практические занятия: «Установление основных видов потребностей и товаров – как средств их удовлетворения (практическое занятие по решению ситуационных задач)».	4	
		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.	6	
Раздел 4. Практический маркетинг			34	
Тема 4.1. Маркетинговые исследования рынка	Содержание учебного материала:		4	
	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.		2
	2	Наблюдение за рынком как инструмент исследования рынка. Понятие наблюдения за рынком, в том числе рынка недвижимости. Отслеживание динамики спроса и предложения и другой конъюнктуры.		2
	3	Прогнозирование рынка недвижимости. Составление прогноза долгосрочных перспектив развития рынка недвижимости на основе динамики спроса и предложения.		2
		Практические занятия: Изучение конъюнктуры рынка недвижимости, в т.ч. динамики спроса и предложения; составление прогноза развития; осуществление сегментации рынка недвижимости; позиционирование недвижимости.	4	
		Самостоятельная работа обучающихся: Покупка газеты «Из рук в руки» с интервалом для практических занятий. Подготовка материалов для анализа.	6	
Тема 4.2. Разработка стратегий	Содержание учебного материала:		2	
	1	Понятие маркетинговой стратегии. Стратегии относительно ценообразования, товарные стратегии. Применение.		2
		Практические занятия: Задания на определение стратегии и тактики относительно ценообразования; задания на определение стратегии относительно товара.	4	
Тема 4.3. Реализация стратегий	Содержание учебного материала:		4	
	1	Понятие товарной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.		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.		2
	4	Понятие сбытовой политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.	2	
		Практические занятия: Задания на определение товарных и ценовых стратегий фирмы	6	

	Самостоятельная работа обучающихся: Работа с учебником по изучению приемов стимулирования сбыта (как инструмента коммуникационной политики). Составление конспекта.	4	
Итоговое занятие	Выполнение стандартизированных заданий по всему курсу дисциплины Дифференцированный зачёт	2	
	Всего	117	

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. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с.
2. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 408 с.
3. Одинцов, А. А. Основы менеджмента : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 212 с.

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
3. Федеральный закон «О товарных знаках» от 1992 г.

Учебники и учебные пособия

1. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с.
2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 419 с.

Интернет-ресурсы

1. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
2. www.cfin.ru/management/chub/index.shtml
3. <http://www.marketing.spb.ru>
4. <http://21.ru/firms/> (число означает номер информации по запрашиваемому региону).
5. <http://www.rc.ram.ru/questions/links.html>.
6. <http://www.lycos.com>
7. <http://www.yahoo.com>
8. www.aup.ru
9. www.cfin.ru
10. www.ecsocman.edu.ru
11. www.edu.ru
12. www.businessvoc.ru
13. www.businesspress.ru
14. www.window.edu.ru

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.

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.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
планировать и организовывать работу подразделения	практическая работа
формировать организационные структуры управления	контрольная работа практическая работа
разрабатывать мотивационную политику организации	практическая работа
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	практическая работа контрольная работа
принимать эффективные решения, используя систему методов управления	практическая работа
учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях	устный опрос
анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование	практическая работа
определять стратегию и тактику относительно ценообразования	практическая работа
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
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