

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Уральский политехнический колледж»

РАССМОТРЕНО

На заседании методического совета

«06» 05 2024 г.

№ протокола «14»

УТВЕРЖДАЮ

Директор АНПОО УРПК

Миннихметов Р.Р.

«06» 05 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.06 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ ОРГАНИЗАЦИИ, МЕНЕДЖМЕНТА И
МАРКЕТИНГА
по специальности 21.02.19 «Землеустройство»

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Приказа Минпросвещения России от 18.05.2022 N 339 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.19 «Землеустройство» (Зарегистрировано в Минюсте России 21.06.2022 N 68941).

Рабочая программа по Основам экономики организации, менеджмента и маркетинга разработана для профессии среднего профессионального образования (далее – СПО) 21.02.19 Землеустройство.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы учебного предмета.....	4
2. Структура и содержание учебной дисциплины.....	6
3. Условия реализации программы учебной дисциплины.....	8
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.....	9

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

ОП.06 Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга

1.1. Область применения рабочей программы учебного предмета

Рабочая программа учебного предмета ОП.06 Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга является частью Профессионального учебного цикла общепрофессиональных дисциплин образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППСЗ) по специальности среднего профессионального образования 21.02.19 Землеустройство.

1.2. Место учебного предмета в структуре образовательной программы

Дисциплина ОП.06 Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга относится к циклу «общепрофессиональных дисциплин». Учебным планом по специальности 21.02.19 Землеустройство на изучение дисциплины «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» отводится 60 часов.

1.3. Планируемые результаты освоения учебного предмета

1.3.1. Личностными результатами выпускников, формируемыми при изучении содержания курса по Основам экономики организации, менеджмента и маркетинга, должны стать:

- гражданская позиция как активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои права и обязанности, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего общечеловеческие гуманистические и демократические ценности;
- сформированное мировоззрение, соответствующее современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;
- способность к саморазвитию и самовоспитанию в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества; готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;
- толерантное сознание и поведение в поликультурном мире, готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нём взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения;
- навыки сотрудничества в образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, проектной и других видах деятельности;
- нравственное сознание и поведение на основе усвоения общечеловеческих ценностей;
- готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;
- осознанный выбор будущей профессии и возможностей реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем;

Метапредметные результаты изучения Основ экономики организации, менеджмента и маркетинга выпускниками проявляются в:

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- выполнять анализ хозяйственной деятельности организации;
- намечать мероприятия и предложения по повышению экономической эффективности производства;
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;

Предметными результатами освоения интегрированного учебного предмета «Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга» должны стать:

- основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- особенности и перспективы развития отрасли;
- отраслевой рынок труда;

- рыночный механизм и особенности рыночных отношений в сфере землеустройства и кадастра;
- пути повышения экономической эффективности производства
- организационные и производственные структуры организаций, их типы;
- маркетинговую деятельность организации;

Результатом освоения рабочей программы является овладение обучающимися общими компетенциями (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Теоретическое обучение	50
Самостоятельная работа	10
Общий объем образовательной программы	60

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.06 Основы экономики организации, менеджмента и маркетинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 1. Особенности и перспективы развития отрасли	Структура национальной экономики: сферы, секторы, комплексы, отрасли. отраслевой рынок труда; сущность организации как основного звена экономики отраслей;	4	ОК 1, ОК 2, ОК 3
Тема 2. Организационные и производственные структуры организаций, их типы.	Основные принципы построения экономической системы организации. организация производственного и технологического процессов	4	ОК 1, ОК 2, ОК 3
Тема 3. Экономические ресурсы организаций	Состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации. основные оборотные средства, трудовые ресурсы, нормирование оплаты труда;	4	ОК 1, ОК 2, ОК 3
Тема 4. Экономический механизм функционирования организации	Издержки производства и себестоимость продукции. механизмы ценообразования.	4	ОК 1, ОК 2, ОК 3
Тема 5. Финансовые результаты и эффективность хозяйственной деятельности организации	Учёт, отчётность и аналитическая деятельность в организации. основные технико-экономические показатели деятельности организации; пути повышения экономической эффективности производства	4	ОК 1, ОК 2, ОК 3
Тема 6. Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития	Сущность и характерные черты современного менеджмента, Основные этапы истории менеджмента. Подразделение среды на внешнюю и внутреннюю среду организации.	4	ОК 1, ОК 2, ОК 3
Тема 7. Внешняя и внутренняя среда организации. Организация работы предприятия.	Структура организации, принципы построения организационной структуры управления. Методы проектирования организационных структур. Иерархические (бюрократические) и органические (адаптивные) организационные структуры.	4	ОК 1, ОК 2, ОК 3

Тема 8. Цикл менеджмента, функции менеджмента в рыночной экономике	Процесс управления. Цикл менеджмента. Функции менеджмента в рыночной экономике: организация, планирование, мотивация и контроль деятельности экономического субъекта.	4	ОК 1, ОК 2, ОК 3
Тема 9. Система методов управления	Методы управления: организационные, экономические, социально-психологические.	4	ОК 1, ОК 2, ОК 3
Тема 10. Управленческое решение	Понятие и содержание управленческих решений. Классификация решений.	2	ОК 1, ОК 2, ОК 3
Тема 11. Деловое общение	Стили управления, коммуникации, принципы делового общения. Этапы и фазы делового общения.	4	ОК 1, ОК 2, ОК 3
Тема 12. Сущность и функции маркетинга.	Сущность и функции маркетинга. История возникновения и основные этапы маркетинга. Цели маркетинга. Виды маркетинга. Окружающая среда маркетинга	4	
Тема 13. Рынок как объект маркетинга.	Маркетинговое понятие рынка. Виды рынков. Основные рыночные показатели и их содержание. Цена товара и её виды. Постановка целей ценообразования. Разработка ценовой стратегии, её виды.	4	
Самостоятельная работа	Тематика определяется преподавателями	10	ОК 1, ОК 2, ОК 3
Всего		60	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебной аудитории общепрофессиональных дисциплин.

Кабинет правовых дисциплин: столы, стулья, стол преподавателя, доска, кафедра, проектор, экран, колонки, компьютер.

Оборудование учебного кабинета:

- комплект учебно-наглядных пособий;
- комплект электронных видеоматериалов;
- задания для контрольных работ;
- профессионально ориентированные задания;
- материалы экзамена.

3.1. Информационное обеспечение реализации программы

Основная литература:

1. Мищенко, И. К. Основы экономики организации : учебное пособие / И.К. Мищенко, О.А. Поволоцкая, Т.Е. Фасенко. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 420 с. — DOI 10.12737/ 1138877. - ISBN 978-5-16-016406-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1138877> – Режим доступа: по подписке.

2. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018914-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2067373> – Режим доступа: по подписке.

3. Экономика, организация, основы маркетинга в перерабатывающей промышленности : учеб. пособие / под общ. ред. Е.В. Савватеева. — М. : ИНФРА-М, 2023. — 317 с. — www.dx.doi.org/10.12737/1753. - ISBN 978-5-16-006503-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/959991> – Режим доступа: по подписке.

Дополнительные источники:

1. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — DOI 10.12737/1242303. - ISBN 978-5-16-016830-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1903657> – Режим доступа: по подписке.

2. Герасимов, Б. И. Маркетинг : учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 320 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018783-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2056806> – Режим доступа: по подписке.

3. Лещинская, А. Ф. Менеджмент : методические указания / А. Ф. Лещинская, О. А. Груздева ; под. ред. А. Ф. Лещинской. - Москва : Изд. Дом МИСиС, 2023. - 43 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1281186> – Режим доступа: по подписке.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; – выполнять анализ хозяйственной деятельности организации; – намечать мероприятия и предложения по повышению экономической эффективности производства; – принимать эффективные решения, используя систему методов управления; – анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; 	<p>Оценка продукта учебной деятельности (выполненного и представленного реферата) по критериям (соответствие заданию, разнообразие источников информации, использование компьютерных технологий для обработки и передачи и представления информации) на практическом занятии</p> <p>Оценка формализованного наблюдения за деятельностью обучающегося на практическом занятии</p>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные технико-экономические показатели деятельности организации; – особенности и перспективы развития отрасли; – отраслевой рынок труда; – рыночный механизм и особенности рыночных отношений в сфере землеустройства и кадастра; – пути повышения экономической эффективности производства – организационные и производственные структуры организаций, их типы; – маркетинговую деятельность организации; 	<p>Оценка результатов стандартизированного тестирования сопоставлением с эталоном (ключом, модельным ответом) на экзамене.</p>