

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Уральский политехнический колледж»

РАССМОТРЕНО
На заседании методического совета
«29» 08 2022 г.
№ протокола « 1 »



УТВЕРЖДАЮ

Директор АНПОО УРПК

Миннихметов Р.Р.

« 29 » 08 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС), утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 486 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования».

Рабочая программа по дисциплине **Основы менеджмента и маркетинга** разработана для профессии среднего профессионального образования (далее – СПО) 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения».

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Общая характеристика рабочей программы учебного предмета | 4 |
| 2. Структура и содержание учебной дисциплины | 7 |
| 3. Условия реализации программы учебной дисциплины | 10 |
| 4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины | 10 |

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

1.1. Область применения рабочей программы учебного предмета

Рабочая программа учебного предмета ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга является частью общеобразовательного цикла образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППСЗ) по специальности среднего профессионального образования 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения».

1.2. Место учебного предмета в структуре образовательной программы

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования учебный предмет «Основы менеджмента и маркетинга» входит в предметную область «Общепрофессиональные дисциплины» и является обязательным для изучения. Содержание учебного предмета «Основы менеджмента и маркетинга», представленное в рабочей программе, соответствует ФГОС СОО, с учетом примерной основной образовательной программы среднего общего образования. Учебным планом по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» на изучение Основ менеджмента и маркетинга отводится 117 часов.

1.3. Планируемые результаты освоения учебного предмета

1.3.1. Личностные результаты

В соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования личностные результаты освоения основной образовательной программы основного общего образования должны отражать:

1) воспитание российской гражданской идентичности: патриотизма, уважения к Отечеству, прошлое и настоящее многонационального народа России; осознание своей этнической принадлежности, знание Башкирского языка, языка, культуры своего народа, своего края, основ культурного наследия народов России и человечества; усвоение гуманистических, демократических и традиционных ценностей многонационального российского общества; воспитание чувства ответственности и долга перед Родиной;

2) формирование ответственного отношения к учению, готовности и способности обучающихся к саморазвитию и самообразованию на основе мотивации к обучению и познанию, осознанному выбору и построению дальнейшей индивидуальной траектории образования на базе ориентировки в мире профессий и профессиональных предпочтений, с учетом устойчивых познавательных интересов, а также на основе формирования уважительного отношения к труду, развития опыта участия в социально значимом труде;

3) формирование целостного мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, учитывающего социальное, культурное, языковое, духовное многообразие современного мира;

4) формирование осознанного, уважительного и доброжелательного отношения к другому человеку, его мнению, мировоззрению, культуре, языку, вере, гражданской позиции, к Башкирского языка, культуре, религии, традициям, языкам, ценностям народов России и народов мира; готовности и способности вести диалог с другими людьми и достигать в нем взаимопонимания;

5) освоение социальных норм, правил поведения, ролей и форм социальной жизни в группах и сообществах, включая взрослые и социальные сообщества; участие в школьном самоуправлении и общественной жизни в пределах возрастных компетенций с учетом региональных, этнокультурных, социальных и экономических особенностей;

6) развитие морального сознания и компетентности в решении моральных проблем на основе личностного выбора, формирование нравственных чувств и нравственного поведения, осознанного и ответственного отношения к собственным поступкам;

7) формирование коммуникативной компетентности в общении и сотрудничестве со сверстниками, детьми старшего и младшего возраста, взрослыми в процессе образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, творческой и других видов деятельности;

8) формирование ценности здорового и безопасного образа жизни; усвоение правил индивидуального и коллективного безопасного поведения в чрезвычайных ситуациях, угрожающих жизни и здоровью людей, правил поведения на транспорте и на дорогах;

9) формирование основ экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, развитие опыта экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях;

10) осознание значения семьи в жизни человека и общества, принятие ценности семейной жизни, уважительное и заботливое отношение к членам своей семьи;

11) развитие эстетического сознания через освоение художественного наследия народов России и мира, творческой деятельности эстетического характера.

Указанные личностные результаты структурированы по критериям сформированности: самоопределение (личностное, профессиональное, жизненное); смыслообразование и нравственно-этическая ориентация.

Самоопределение включает в себя:

1. Формирование основ гражданской идентичности личности:

- чувства сопричастности своей Родине, народу и Башкирского языка, и гордости за них, ответственности человека за благосостояние общества;

- осознания этнической принадлежности и культурной идентичности на основе осознания «Я» как гражданина России.

2. Формирование картины мира культуры как порождения трудовой предметно-преобразующей деятельности человека:

- ознакомление с миром профессий, их социальной значимостью и содержанием.

3. Развитие Я-концепции и самооценки личности:

- формирование адекватной позитивной осознанной самооценки и самопринятия.

Смыслообразование включает формирование ценностных ориентиров и смыслов учебной деятельности на основе:

- развития познавательных интересов, учебных мотивов;

- формирования мотивов достижения и социального признания;

- мотива, реализующего потребность в социально значимой и социально оцениваемой деятельности.

Нравственно-этическая ориентация включает:

- формирование единого, целостного образа мира при разнообразии культур, национальностей, религий; отказ от деления на «своих» и «чужих»; уважение Башкирского языка и культуры всех народов, развитие толерантности;

- ориентацию в нравственном содержании как собственных поступков, так и поступков окружающих людей, развитие этических чувств (стыда, вины, совести) как регуляторов морального поведения;

- знание основных моральных норм (справедливое распределение, взаимопомощь, правдивость, честность, ответственность);

- выделение нравственного содержания поступков на основе различения конвенциональных, персональных и моральных норм;

- формирование моральной самооценки;

- развитие доброжелательности, доверия и внимательности к людям, готовности к сотрудничеству и дружбе, оказанию помощи тем, кто в ней нуждается;

- развитие эмпатии и сопереживания, эмоционально-нравственной отзывчивости;

- формирование установки на здоровый и безопасный образ жизни, нетерпимости и умения противостоять действиям и влияниям, представляющим угрозу для жизни, здоровья, безопасности личности и общества в пределах своих возможностей;

- формирование чувства прекрасного и эстетических чувств на основе знакомства с мировой и отечественной художественной культурой.

1.3.2. Метапредметные результаты.

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;

Предметные результаты по предметной области «Основы менеджмента и маркетинга».

Знать/Понимать:

- 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;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Объем в часах |
|----------------------------------------------|----------------------|
| Теоретические занятия | 38 часов |
| Практические занятия | 40 часов |
| Самостоятельная работа | 39 часов |
| Общий объем образовательной программы | 117 часов |

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

| Наименование разделов и тем | Содержание учебною материала и формы организации деятельности обучающихся (теоретическое обучение, практические и лабораторные занятия) | Объем в часах | Коды компетенций |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------|
| <p>Тема 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития.</p> | <p>Понятие менеджмента, его содержание. Практические предпосылки возникновения менеджмента. Место менеджмента в будущей работе по специальности. Уровни менеджера. Содержание и основные положения школ менеджмента: школа научного управления, административная школа, школа психологии и человеческих отношений, школа науки управления. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный и ситуационный. Их сущность и основные отличия. Модели менеджмента: американская, японская и т.д. Тенденции современного менеджмента. Национальные особенности менеджмента.</p> | <p>10</p> | <p>ОК 04, ОК 05, ОК 09</p> |
| <p>Тема 2. Цикл менеджмента</p> | <p>Цикл менеджмента – основа управленческой деятельности. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация и контроль. Характеристика функций цикла.</p> | <p>4</p> | <p>ОК 04, ОК 05, ОК 09</p> |
| <p>Тема 3. Принципы и методы управления</p> | <p>Основные принципы управления. Основные методы управления: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические. Их достоинства и недостатки.</p> | <p>4</p> | <p>ОК 04, ОК 05, ОК 09</p> |
| <p>Тема 4. Организация как объект менеджмента. Внутренняя и внешняя среда организации</p> | <p>Понятие организации. Основные признаки организаций. Классификация организаций. Классификация организационно-правовых форм организаций. Коммерческие и некоммерческие организации. Содержание внутренней среды организации.</p> | <p>4</p> | <p>ОК 04, ОК 05, ОК 09</p> |
| <p>Тема 5. Типы организационных структур</p> | <p>Основные принципы построения организационных структур. Типы структур управления: линейная, функциональная, проектная, матричная, дивизиональная. Достоинства и недостатки организационных структур управления</p> | <p>4</p> | <p>ОК 04, ОК 05, ОК 09</p> |
| <p>Тема 6. Психология менеджмента</p> | <p>Понятие о психике и личности. Индивидуально-типологические особенности личности: типы темперамента, организаторские способности. Психологические аспекты малых групп и коллективов: формальные и неформальные группы. Социально-психологический климат в коллективе. Власть и лидерство. Понятие имиджа, его составные компоненты.</p> | <p>6</p> | <p>ОК 04, ОК 05, ОК 09</p> |
| <p>Тема 7. Коммуникации и деловое общение</p> | <p>Правила ведения бесед, совещаний. Планирование проведения данных мероприятий. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров. Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения</p> | <p>4</p> | <p>ОК 04, ОК 05, ОК 09</p> |

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------------|
| Тема 8. Содержание и сущность маркетинга. Маркетинговые исследования. | Понятие «маркетинг». История возникновения маркетинга. Цели, задачи, функции и принципы маркетинговой деятельности. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, социальный маркетинг; по приоритетности задач и т.д. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный | 8 | ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| Тема 9. Рынок как экономическая основа маркетинга. Сегментация рынка | Рынок как экономическая основа маркетинга. Рынок недвижимости. Критерии сегментации рынка. Назначение сегментирования. Критерии выбора сегмента рынка. Позиционирование товара, условия правильного позиционирования. Стратегия ориентации на потребителя. | 6 | ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| Тема 10. Субъекты и объекты маркетинга в области земельно-имущественных отношений | Субъекты: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Субъекты рынка недвижимости. Службы и отделы маркетинга в профессиональной деятельности. Потребители, классификация потребителей по разным признакам. Объекты: нужда, спрос, потребность. Их общность и различия. Объекты рынка недвижимости. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий. | 8 | ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| Тема 11. Окружающая и конкурентная среда маркетинга | Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга. Макросреда и конъюнктура рынка. | 4 | ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| Тема 12. Цена и ценовая политика | Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Понятие цена. Рыночный механизм ценообразования. Функции цен. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды в сфере недвижимости. Способы ценообразования. Факторы, влияющие на уровень цен. Ценовая и неценовая конкуренция. Особенности формирования свободных розничных цен на рынке недвижимости. Стратегия ценообразования | 6 | ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| Тема 13. Реклама | Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. Требования к рекламе. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации. Выбор видов и носителей рекламы. Организация рекламной компании. Эффективность рекламы разных видов | 6 | ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| Тема 14. Конъюнктура рынка недвижимости | Конъюнктура рынка недвижимости. Динамика спроса и предложения на рынке недвижимости с учетом долгосрочных и краткосрочных перспектив. | 4 | ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| Самостоятельная работа | Задания определяются преподавателем | 39 | |
| Всего | | 117 | |

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующее специальное помещение: Кабинет **базовых дисциплин**.

Помещение кабинета должно соответствовать требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН 2.4.2 № 178–02): оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения, необходимыми для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

Оборудование учебного кабинета:

- компьютер преподавателя;
- стол преподавателя эргономичный;
- шкаф для документов закрытый;
- столы ученические;
- стулья ученические;
- доска аудиторная;
- шкаф для документов;
- учебники, методические пособия, дидактический материал для проведения занятий;
- плакаты-иллюстрации к учебному материалу;
- электронные учебные пособия.

3.1. Информационное обеспечение реализации программы

3.1.1. Основная литература

1. Дегтярева И.Н. Основы менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие для СПО / И.Н. Дегтярева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Профобразование, 2022. — 181 с. — 978-5-4488-0007-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64896.html>
2. Герасименко Ю.Л. Рабочая тетрадь для практической и самостоятельной работы по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» для студентов СПО [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.Л. Герасименко. — Электрон. текстовые данные. — Симферополь, 2021. — 46 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/73269.html>
3. Основы менеджмента и маркетинга : учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования / [В. С. Мхитарян, Т. А. Дуброва, В. Г. Минаш-кин и др.] ; под ред. В. С. Мхитаряна. — 12-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательский центр «Академия», 2022. — 304 с. ISBN 978-5-7695-9677

3.1.2. Дополнительная литература

1. Ловцов, Д.А. Основы менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс] : Учеб. пособие / Д.А. Ловцов, М.В. Богданова, М.А. Михайлов. - Москва : Росс. акад. правосудия, 2022. - 120 с. - ISBN 978-5-93916-234-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/518070> – Режим доступа: по подписке.
2. Ларионова, И. А. Основы менеджмента и маркетинга : методические указания по выполнению домашних работ / И. А. Ларионова. - 2-е изд. - Москва : ИД МИСиС, 2021. - 15 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1281178> – Режим доступа: по подписке.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

| | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания) | Формы и методы контроля и оценки результатов обучения | |
| <p>В результате изучения учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» студент должен:</p> <p>знать/понимать:</p> <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; <p>функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта</p> <p>Уметь:</p> <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 | <p>1. Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>2. Стартовая диагностика подготовки студентов по школьному курсу Башкирского языка; выявление мотивации к изучению нового материала.</p> <p>3. Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических работ; - контрольных работ по темам разделов дисциплины; - тестирования; - домашней работы; - отчёта по проделанной внеаудиторной самостоятельной работе. <p>4. Итоговая промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.</p> | |
| Результаты (освоенные общие компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
| <p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p> <p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p> | <p>– владение навыками организации учебно-познавательной деятельности;</p> <p>– своевременность и качество выполнения учебных заданий;</p> <p>– рациональность планирования и организации деятельности по изучению учебной дисциплины;</p> <p>– обоснованность постановки цели, выбора и применения</p> | <p>– оценка преподавателем выполнения заданий самостоятельной работы (изучение, конспектирование, реферирование);</p> <p>– оценка преподавателем, конспектов;</p> <p>- анализ и оценка</p> |

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p> | <p>способа решения профессиональной задачи из известных в соответствии с реальными и заданными условиями и имеющимися ресурсами;</p> <ul style="list-style-type: none"> – рациональное распределение времени на все этапы работы; – самостоятельность обнаружения допущенных ошибок, своевременность коррекции деятельности на основе результатов самооценки деятельности; – аргументированность оценки эффективности и качества решения профессиональных задач. | <p>преподавателем выполнение внеаудиторной самостоятельной работы;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наблюдение, оценка преподавателем решения профессиональных задач; – наблюдение, оценка преподавателем выполнения практического задания; – оценка индивидуальных устных ответов. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

