

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ
	Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» в г. Находке
	Отделение среднего профессионального образования

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

«Профессионального цикла» программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Находка 2014

Утверждено
Предметно-цикловой комиссией
21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Председатель Нехтянская Л.В.

« 1 » сентября 2014

Составитель: Дмитрук О.В., преподаватель филиала ФГБОУ ВПО «ВГУЭС» в г. Находке

Эксперты:

Внутренняя экспертиза

Техническая экспертиза: Фоменкова Е.А.

Содержательная экспертиза: Чистюхина Ю.С.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 Земельно – имущественные отношения от «12» мая 2014 г. № 486.

Содержание программы реализуется в процессе освоения студентами программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 21.02.05 Земельно – имущественные отношения в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Паспорт программы учебной дисциплины.....	4
2 Структура и содержание учебной дисциплины.....	5
3 Условия реализации учебной дисциплины.....	9
4 Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.....	10
5 Лист изменений и дополнений, внесенных в рабочую программу учебной дисциплины....	11

1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы менеджмента и маркетинга»

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «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 основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» является общепрофессиональной дисциплиной профессионального цикла.

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;

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;
- 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.

Содержание дисциплины должно быть ориентировано на подготовку студентов к освоению профессиональных модулей ППССЗ 21.02.05 Земельно-имущественные отношения и овладению общим компетенций (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

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.

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.

1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»

Максимальная учебная нагрузка обучающегося - 96 часов, в том числе:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося - 64 часа,

- самостоятельная работа обучающегося – 32 часа.

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	96
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
в том числе:	
лекции	28
лабораторные работы	*
практические занятия	36
контрольные работы	*
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	*
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	32
в том числе:	
работа с учебником, составление конспекта составление глоссария работа с газетой	32
<i>Итоговая аттестация в форме</i>	<i>Экзамен</i>

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

Наименование разделов и тем 1	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена) 2		Объем часов 3	Уровень освоения 4
Раздел 1. Теория менеджмента			12	
Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента	Содержание учебного материала			
	1	Понятие менеджмента. Предмет и задачи. Этапы развития менеджмента. Характерные черты каждого этапа.	1	1
	2	Сущность и характерные черты современного менеджмента. Особенности менеджмента в сфере земельных отношений.		1
Тема 1.2. Основные функции современного менеджмента	Содержание учебного материала			
	1	Понятие организации деятельности. Цели организации. Принципы организации: дифференциация, рациональность, кооперация, стандартизация.	3	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.		1
	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.		3
	Практические занятия: разработка мотивационной политики организации.		4	
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению вопроса «Контроль деятельности». Составление конспекта.		4	
Раздел 2. Технология менеджмента			50	
Тема 2.1. Организационные структуры управления предприятием	Содержание учебного материала			
	1	Понятие организационной структуры управления. Признаки эффективной организационной структуры управления. Факторы влияния.	3	1
	2	Виды организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, адаптивная, множественная структуры управления предприятием. Сущность, преимущества и недостатки.		3
	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			
	1	Организационно-распорядительные методы (организационно-административные)	3	1
	2	Экономические методы управления		2

	3	Социально-психологические методы управления		3
	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			
	1	Понятие управленческого решения. Черты управленческих решений. Классификация управленческих решений. Три стадии управленческих решений. Американский социолог М.Рубинштейн о принятии управленческих решений (10 правил).	4	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.		3
	Практические занятия: задание на выявление проблемы и разработки управленческого решения по ней.		4	
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению неэкспертных методов принятия управленческого решения. Составление конспекта.		4	
Тема 2.4. Стили управления, коммуникации, деловое общение	Содержание учебного материала			
	1	Стили управления: авторитарный, демократический, либеральный, ситуационный стили управления. Достоинства и недостатки.	4	1
	2	Понятие коммуникации в управлении. Процесс коммуникации как совокупность этапов передачи управленческой информации. Коммуникационные сети: горизонтальные, вертикальные, диагональные.		3
	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.		4	
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению коммуникационных сетей. Составление конспекта.		4	
	Контрольная работа по разделу 2		4	
Раздел 3. Теория маркетинга			6	
Тема 3.1. Сущность и функции маркетинга	Содержание учебного материала			
	1	Маркетинг: сущность, основные виды, цели. Маркетинговые концепции. Функции маркетинга.	2	3
	2	Рынок как условие и экономическая основа маркетинга.Рынок в маркетинге, Потребительский рынок и рынок хозяйствующих субъектов. Состав внутренней и внешней среды организации, ее влияние на деятельность.		3
	Практические занятия		-	
	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.		4	
Раздел 4. Практический маркетинг			28	
Тема 4.1. Маркетинговые ис-	Содержание учебного материала			
	1	Анализ рынка как инструмент исследования рынка.Понятие анализа рынка, цели, задачи, способы. Задачи: сег-	4	

следования рынка		ментация 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 рынком недвижимости. Отслеживание динамики спроса и предложения и другой конъюнктуры.		3
	3	Прогнозирование рынка недвижимости. Составление прогноза долгосрочных перспектив развития рынка недвижимости на основе динамики спроса и предложения.		3
		Практические занятия: изучение конъюнктуры рынка недвижимости, в т.ч. динамики спроса и предложения; составление прогноза развития; осуществление сегментации рынка недвижимости; позиционирование недвижимости.	6	
		Самостоятельная работа обучающихся: покупка газеты «Из рук в руки» с интервалом для практических занятий. Подготовка материалов для анализа.	4	
Тема 4.2. Разработка стратегий	Содержание учебного материала			
	1	Понятие маркетинговой стратегии. Стратегии относительно ценообразования, товарные стратегии. Применение.	2	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			
	1	Понятие товарной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.	2	2
	2	Понятие ценовой политики. 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.		3
	4	Понятие сбытовой политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.		1
		Практические занятия: задачи на определение товарных и ценовых стратегий фирмы	2	
		Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению приемов стимулирования сбыта (как инструмента коммуникационной политики). Составление конспекта.	4	
Всего:			96	

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. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник [Электронный ресурс] / М. : Дашков и Ко, 2012. - 446 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116494>
2. Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие [Электронный ресурс] / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 352 с.
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>
3. Годин, А.М. Маркетинг : учебник [Электронный ресурс] / А.М. Годин. - М. : Дашков и Ко, 2012. - 656 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112229>
4. Менеджмент : Учебник / Под общ. ред. И.Н. Шапкина. - М. : Юрайт, 2011. - 690 с. - (Основы наук).
5. Баринов В.А. Стратегический менеджмент : учебник / В. А. Баринов, В. Л. Харченко. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 237 с. - (Учебники для программы МВА).
6. Добринина Н.А. Менеджмент: основы теории и деловой практикум : учебное пособие. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 288 с. : ил. - (ПРОФИль).

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. Мазилкина Е.И.: Основы рекламы: учебное пособие: альфа-м: инфра-м, 2013
<http://www.infra-m.ru>
2. Репин.Е.А Основы менеджмента : учебное пособие .-М.:Инфра-М, 2013
<http://www.infra-m.ru>
3. Косьмин А..Д: Менеджмент: учебник для студ. учреждений сред.проф.образования - М: Академия, 2012 <http://www.academia-moscow.ru>
4. Виханский О.С Наумов А.И Менеджмент: учебник -М.: Инфра-М , 2013
<http://www.infra-m.ru>
5. Переверзев М.П Шайденко Н.А Менеджмент: учебник -М.: Инфра-М, 2013
<http://www.infra-m.ru>
6. Тихомирова О.Г., Варламов Б.А Менеджмент организации (история, теория и практика): учебное пособие - М.: Инфра-М, 2013 <http://www.infra-m.ru>
7. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»

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.

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

решений	контрольная работа
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

5 ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Профессиональный цикл» программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

21.02.05 Земельно-имущественные отношения

№ изменения, дата внесения изменения; № страницы с изменением;	
БЫЛО	СТАЛО
Основание: Подпись лица внесшего изменения	

Дмитрук Оксана Владиславовна
Преподаватель

ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

«Профессиональный цикл» программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Филиал ФГБОУ ВПО «ВГУЭС» в г. Находке

