

**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
"ВЛАДИКАВКАЗСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ"
(ЧПОУ ВПК)**

РАССМОТРЕНО
на заседании Педагогического совета
Протокол № 15

от «29» июня 2022 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧПОУ ВПК
С.З. Хутинаева

Приказ № 28-Д от «30» июня 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

среднего профессионального образования
по программе подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)
технологического профиля

21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» (базовой подготовки)

Квалификация (базовой) подготовки:
специалист по земельно-имущественным отношениям

Форма обучения: очная

Нормативный срок обучения:
2 года 10 месяцев на базе основного общего образования;

Рабочая программа учебного предмета разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения».

Организация-разработчик: ЧПОУ ВПК

Разработчик: Цхурбаева Фатимат Хазбиевна, д.э.н., профессор
(Фамилия, Имя, Отчество, должность, звание)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» (базовой подготовки).

1.2. Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы:

дисциплина Основы менеджмента и маркетинга относится к учебным общепрофессиональным дисциплинам профессионального цикла ОП.04.

1.3. Планируемые результаты 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.

Общие компетенции (ОК):

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.

Профессиональные компетенции (ПК):

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. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 108 часов, в том числе:

аудиторной учебной работы обучающегося (обязательных учебных занятий) – 70 часов;

самостоятельной учебной работы обучающегося – 38 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	108
Аудиторная учебная работа (обязательные учебные занятия) (всего)	70
в том числе:	
лабораторные занятия	
лекции, уроки	22
практические занятия	48
курсовая работа (проект)	
Самостоятельная учебная работа обучающегося (всего)	38
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1.	Теория менеджмента		
Тема 1.1.	<i>Сущность и характерные черты современного менеджмента. Основные функции современного менеджмента</i> Понятие менеджмента. Предмет и задачи. Этапы развития менеджмента. Характерные черты каждого этапа. Сущность и характерные черты современного менеджмента. Особенности менеджмента в сфере имущественных отношений. История развития менеджмента. Национальные особенности менеджмента. Понятие «менеджер» и его разновидности по выполняемым функциям. Менеджер как субъект менеджмента. Понятие организации деятельности. Цели организации. Принципы организации: дифференциация, рациональность, кооперация, стандартизация. Планирование: понятие, цели, принципы: точность, непрерывность, гибкость, экономичность и другие. Стратегическое (долгосрочное) и тактическое (1-3 года) планирование. Бизнес – план как основа эффективности бизнеса. Мотивация к деятельности: понятие, методы мотивации: поощрение и наказание. Материальная, моральная и социальная мотивация работника. 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.	8	1
	Практические занятия	16	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Штудирование текстовых материалов (составление конспектов). 2. Подготовка к контрольным вопросам: 1. Экономичность, как система контроля. 2. Проблемы Российского менеджмента. 3. Национальные особенности менеджмента Японии. 4. Задачи менеджмента. 5. Функции планирования. 6. Разновидности менеджеров по выполняемым функциям.	12	
Раздел 2	Технология менеджмента		
Тема 2.1.	<i>Организационные структуры управления предприятием. Система методов управления. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Стили управления, коммуникации, деловое общение</i>	8	2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	Понятие организационной структуры управления. Признаки эффективной организационной структуры управления. Факторы влияния. Виды организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, адаптивная, множественная структуры управления предприятием. Сущность, преимущества и недостатки. Организационно-распорядительные методы (организационно-административные). Экономические методы управления. Социально-психологические методы управления. Понятие управленческого решения. Черты управленческих решений. Классификация управленческих решений. Три стадии управленческих решений. Американский социолог М.Рубинштейн о принятии управленческих решений (10 правил). 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. Понятие методов принятия решений. Экспертные, неэкспертные, психологические методы. Коллективные и индивидуальные методы. Стили управления: авторитарный, демократический, либеральный, ситуационный стили управления. Достоинства и недостатки. Понятие коммуникации в управлении. Процесс коммуникации как совокупность этапов передачи управленческой информации. Коммуникационные сети: горизонтальные, вертикальные, диагональные. Понятие делового общения. Правила делового общения. Этапы и фазы. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров.		
	Практические занятия	16	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Штудирование текстовых материалов (составление конспектов). 2. Подготовка к контрольным вопросам: 1. Коммуникационные сети. 2. Приемы управленческого общения. 3. Правила проведения бесед. 4. Проведение переговоров. 5. Классификация типов собеседников. 6. Методы управления. 7. Правила ведения телефонных переговоров.	12	
Раздел 3	Теория маркетинга. Практический маркетинг		
Тема 3.1.	<i>Сущность и функции маркетинга. Маркетинговые исследования рынка. Разработка стратегий. Реализация стратегий</i>	6	3

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	Маркетинг: сущность, основные виды, цели. Маркетинговые концепции. Функции маркетинга. 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. Анализ рынка как инструмент исследования рынка. Понятие анализа рынка, цели, задачи, способы. Задачи: сегментации рынка, (в т.ч. рынка недвижимости), Позиционирование товара (в т.ч. недвижимости), анализ конкурентной среды. Наблюдение за рынком как инструмент исследования рынка. Понятие наблюдения за рынком, в том числе рынком недвижимости. Отслеживание динамики спроса и предложения и другой конъюнктуры. Прогнозирование рынка недвижимости. Составление прогноза долгосрочных перспектив развития рынка недвижимости на основе динамики спроса и предложения. Понятие маркетинговой стратегии. Стратегии относительно ценообразования, товарные стратегии. Применение. Понятие товарной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений. Понятие ценовой политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений. Понятие коммуникационной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений. Понятие сбытовой политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.		
	Практические занятия	16	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Штудирование текстовых материалов (составление конспектов). 2. Подготовка к контрольным вопросам: 1. Конъюнктура рынка. 2. Действующий маркетинг. 3. Приемы стимулирования сбыта. 4. Понятие продвижение товаров. 5. Влияние внешней среды организации на ее деятельность. 6. Применение товарных стратегий. 7. Наблюдение за рынком недвижимости.	14	
Всего:		108	
самостоятельные -		38	
аудиторные, из них:		70	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	лекции, уроки - практические -	22 48	

*Практические занятия могут проводиться в электронной информационно-образовательной среде (Личная студия обучающегося)

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия электронной образовательной среды; учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

- классная доска;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-практическое оборудование, необходимое для проведения предусмотренных программой практических занятий.

Технические средства обучения:

- компьютеры с выходом в сеть Internet;
- сайт «Личная студия» с возможностью работы с электронным образовательным ресурсом;
- электронные библиотечные ресурсы.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

- методические указания по организации практических занятий;
- методические указания по самостоятельной работе.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники

1. Богомолова, Е. В. Менеджмент : учебное пособие для СПО / Е. В. Богомолова, И. А. Черникова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. — 97 с. — ISBN 978-5-88247-963-2, 978-5-4488-0762-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92831.html>

2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88760.html>

3. Панцуркина, Т. К. Основы менеджмента : учебное пособие для СПО / Т. К. Панцуркина. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-4488-0808-1, 978-5-4497-0472-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/96023.html>

Дополнительные источники

1. Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86471.html>

Интернет-ресурсы (базы данных, информационно-справочные и поисковые системы):

- <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн

Программное обеспечение:

Программное обеспечение, являющееся частью электронной информационно-образовательной среды и базирующееся на телекоммуникационных технологиях:
-компьютерные обучающие программы;

- тренинговые и тестирующие программы;
- интеллектуальные роботизированные системы оценки качества выполненных работ.

Программа управления образовательным процессом в ЭИОС (Информационная технология. Программа управления образовательным процессом. КОМБАТ).

3.3. Организация образовательного процесса

Образовательная организация располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов практических занятий, дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, учебной практики, предусмотренных учебным планом образовательной организации. Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических/лабораторных занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля
Освоенные умения: – 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.	– планировать и организовывать работу подразделения: ставить цели, мотивировать деятельность подчинённых, организовывать и контролировать их работу; – формировать на научной методологической основе организационные структуры управления; – разрабатывать мотивационную политику организации, ориентированную на привлечение и удержание высококвалифицированных работников; – применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения, способствующие повышению уровня эффективности деятельности организации; – принимать эффективные решения, используя критерии, учитывающие экологическую и социальную эффективность; – учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях (полный учет земельно-имущественной	- <i>тестирование;</i> - <i>экзамен;</i> - <i>комбинированный метод в форме фронтального опроса и групповой самостоятельной работы;</i> - <i>домашние задания проблемного характера;</i> - <i>практические задания по работе с информацией, документами, литературой;</i> - <i>подготовка и защита индивидуальных и групповых заданий проектного характера (коллективный тренинг/семинар)</i>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля
	недвижимости, рыночная оценка земель, формирование рыночно-институциональной системы контроля за хозяйственным освоением земельно-имущественных ресурсов и др.); – анализировать рынок недвижимости с целью обеспечения объективной информацией лиц, принимающих решения о проведении определенных операций на рынке; проводить анализ ценовой ситуации, определять стратегию и тактику ценообразования.	
Усвоенные знания: – 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	– сущность, характерные черты и особенности современного менеджмента, его место и роль в обеспечении успешной деятельности организации; – внешняя и внутренняя среда организации, особенности влияния каждой из них на эффективность ее деятельности; – цикл менеджмента «Планируй - Делай - Проверь - Действуй» (PDCA) и его назначение; – процесс принятия и реализации управленческих решений, этапы принятия рационального решения; – основные (базовые) функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль) и их характеристика; – система методов управления как совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения целей; – методика принятия решений: сущность, основные шаги принятия эффективного решения. – виды и стили делового	

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля
соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.	общения, управление общением; – маркетинг: сущность, цели, основные принципы и функции; – конъюнктура рынка недвижимости: понятие, цели анализа, последовательность исследования.	