

Санкт-Петербургское государственное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Академия управления городской средой, градостроительства и печати»

РАССМОТРЕНО

На заседании

Педагогического совета

Протокол № 5

от « 05 » 07 20 19г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор СПб ГПОУ
«АУГСПИ»

А.М. Кривоносов

20 19г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

для специальности среднего профессионального образования

21.02.05 ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННЫЕ ОТНОШЕНИЯ

заочная форма обучения



Санкт-Петербург
2019г.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

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 СПО специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» (базовая подготовка)

Рабочая программа курса может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке по специальности.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина входит в профессиональный учебный цикл.

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.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен

формировать компетенции:

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. – Организовать 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 её сплочение, эффективно обращаться 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. Количество часов на освоение учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 76 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 6 часов;
самостоятельной работы обучающегося 70 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)	76
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	6
в том числе:	
практические занятия	2
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	70
<i>Промежуточная аттестация в форме итоговой аудиторной контрольной работы</i>	

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

Наименование разделов	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
Раздел 1. Теория менеджмента		11	
	Содержание учебного материала	11	
	1. Сущность менеджмента. Понятие организации. Процесс управления в организации		
	2. Эволюция управленческой мысли. Принципы, уровни процесса управления		
	3. Внутренняя среда организации. Внешняя среда организации. Теория STEER-анализа и SWOT-анализа	1	1
Тема 1.1. Основные понятия и принципы менеджмента	Самостоятельная работа обучающихся: Работа с теоретическим материалом по теме – конспектирование материала по вопросам. Подготовка реферата об одном из исследователей менеджмента, о его вкладе в теорию управления Выполнение практического задания	10	
Раздел 2. Технология менеджмента		21	
	Содержание учебного материала	1	
Тема 2.1. Цикл управления. Основные функции	1. Функции менеджмента: Планирование и организация как основные функции менеджмента 2. Координация и контроль как основные функции менеджмента. Сущность, виды, принципы	0,5	1
	3. Мотивация как фоновая функция управления. Теории мотивации		
	4. Групповая динамика и руководство. Виды групп. Конфликты: причины, виды		
	5. Власть, влияние, лидерство в управлении. Понятие стиля руководства	0,5	1
	6. Коммуникация и принятие решений как фоновые функции менеджмента		
Тема 2.2. Связующие функции менеджмента	Самостоятельная работа обучающихся: Работа с теоретическим материалом по теме – конспектирование материала по вопросам. Выполнение практического задания.	20	
Раздел 3. Теория маркетинга		21	
	Содержание учебного материала	1	
Тема 3.1. Основные категории маркетинга	1. Сущность маркетинга. Маркетинговые концепции. Рынок в маркетинге 2. Товар в маркетинге. Уровни товара. Влияние внутренней и внешней среды	1	

	организации		
	Самостоятельная работа обучающихся: Работа с теоретическим материалом по теме – конспектирование материала по вопросам. Выполнение практического задания: составление глоссария по теме	20	
	Раздел 4. Практический маркетинг	21	
	Содержание учебного материала	1	
Тема 4.1. Исследование и прогнозирование рынка	1. Анализ рынка как инструмент маркетингового исследования 2. Наблюдение за рынком как инструмент исследования. Отслеживание рынка недвижимости 3. Прогнозирование рынка недвижимости на основе динамики спроса и предложения	1	
Тема 4.2. Планирование маркетинговой политики организации	1. Товарная, ценовая, коммуникационная и сбытовая политика: цели, инструменты реализации, особенности сферы земельно-имущественных отношений Самостоятельная работа обучающихся: Работа с теоретическим материалом по теме – конспектирование материала по вопросам. Выполнение практического задания.	20	
	Итоговая аудиторная контрольная работа	2	
Всего:		76	

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.

Программное обеспечение: программный продукт «Тестинг» - для контроля знаний.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные 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.

Основная литература

Виханский О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 288 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>. Для СПО

Казначевская Г.Б. Менеджмент : учебник / Г.Б. Казначевская. — Москва : КноРус, 2018. — 240 с. - Режим доступа: <https://www.book.ru>. Для СПО

Федько В.П. Маркетинг : учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. В.П. Федько. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : ИНФРА-М : Академ-центр, 2017. – 368 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>. Для СПО

Парамонова Т.Н. Маркетинг : учебник / Т.Н. Парамонова и др. — Москва : КноРус, 2018. — 358 с. - Режим доступа: <https://www.book.ru>. Для СПО

Дополнительная литература

Грибов В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебное пособие / В.Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2018. — 224 с. - Режим доступа: <https://www.book.ru>. Для СПО

Сетков В.И. Менеджмент : учебное пособие / В.И. Сетков. — Москва : КноРус, 2017. — 150 с. — Режим доступа: <https://www.book.ru>. Для СПО

Райченко А.В. Менеджмент : учеб. пособие / А.В. Райченко, И.В. Хохлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 342 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>. Для СПО

Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие / Дробышева Л.А., - 5-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 152 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>. Для СПО

Дополнительные источники:

1. СМИ – газета «Из рук в руки».
2. Современная гуманитарная академия. Юниты «Маркетинг». - М.: СГА, 2010.

Интернет-ресурсы:

1. www.cfin.ru/management/chub/index.shtml
2. www/marketing.spb.ru/lib_mm/what_is_mm.htm

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения анализа результатов выполнения обучающимися самостоятельной работы и промежуточной аттестацией.

Методы контроля направлены на проверку обучающихся:

- выполнять условия задания на творческом уровне с представлением собственной позиции;
- делать осознанный выбор способов действий из ранее известных;
- осуществлять коррекцию (исправление) сделанных ошибок на новом уровне предлагаемых заданий;
- работать в группе и представлять как свою, так и позицию группы

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки
Умения:	
<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 - учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях - анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование - определять стратегию и тактику относительно ценообразования 	<p>устный опрос, мониторинг самостоятельной работы обучающихся</p> <p>ИКР</p>
Знания:	
<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 - 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 	<p>устный опрос, мониторинг самостоятельной работы обучающихся</p> <p>ИКР</p>