

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

ПРИНЯТО

На заседании педагогического совета

Протокол №.....

« 03 » 04 20 20

УТВЕРЖДАЮ
Директор СПб ГБПОУ «АУТСГиП»
А.М. Кривоносов
« 03 » 04 20 20



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы менеджмента и маркетинга

для специальности

21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

базовая подготовка

Санкт-Петербург

2020г.

Рабочая программа учебной дисциплины Основы менеджмента и маркетинга разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

Рассмотрена на заседании методического совета

Протокол № 5.....

« 18 » 06 2020 г

Одобрена на заседании цикловой комиссии

Экономики и сервиса *11*

председатель цикловой комиссии:

18.06.20

дата

подпись

Е.Г. Оболенская

ФИО

Разработчик:

Батурин В. В. , преподаватель СПб ГБПОУ «Академия управления городской средой, градостроительства и печати

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 соответствии ФГОС СПО :

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.

Распределение вариативной части ФГОС по темам дисциплины

Наименование дисциплины	Добавлено практических занятий		Добавлено тематики	
	Кол-во часов	Дополнительные умения/углубление подготовки	Кол-во часов	Дополнительные знания/углубление подготовки
Основы менеджмента и маркетинга	10	Уметь Т 1.2 (2 часа) - проводить стратегический анализ внешней макросреды (STEP), ситуационный анализ (SWOT); Т 2.2 (2 часа) - ставить личные и деловые цели, соблюдая SMART-критерии постановки цели; Т 2.2 (2 часа) - декомпозировать цели на тактические задачи, строить диаграмму Ганта для проекта; Т 2.2 (2 часа) - находить пути повышения эффективности рабочей группы; Т 2.2 (2 часа) - выявлять проблему и разрабатывать управленческое решение по ней.	10	Знать Т 1.1 (2 часа) - основные актуальные научные подходы к исследованию менеджмента: системный, ситуационный, процессный; Т 1.1 (2 часа) – основы стратегического менеджмента Т 2.2 (6 часа) – связующие функции менеджмента: принятие решений, коммуникация, разрешение конфликтов

1.4. Количество часов на освоение учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 76 часа, в том числе:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 50 часов;
 самостоятельной работы обучающегося 26 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов/зач. единиц
Максимальная учебная нагрузка (всего)	76/2.11
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	50/1.39
в том числе:	
практические занятия	18
контрольные работы	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	26
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

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

Наименование разделов	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов/зач	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Теория менеджмента		12	
Тема 1.1. Основные понятия и принципы менеджмента	Содержание учебного материала	12	
	1.Сущность менеджмента. Понятие организации. Процесс управления в организации	6	1
	2.Эволюция управленческой мысли. Принципы, уровни процесса управления		1
	3.Внутренняя среда организации. Внешняя среда организации. Теория STEP-анализа и SWOT-анализа		2
	Практические занятия: Анализ внутренней и внешней среды фирмы (STEP- и SWOT-анализы)	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся:подготовка реферата об одном из исследователей менеджмента, о его вкладе в теорию управления	4	3
Раздел 2. Технология менеджмента		30	
Тема 2.1. Цикл управления. Основные функции	Содержание учебного материала		
	1.Функции менеджмента: Планирование и организация как основные функции менеджмента	12	1
	2.Координация и контроль как основные функции менеджмента. Сущность, виды, принципы		1
3.Мотивация как фоновая функция управления. Теории мотивации	2		
4.Групповая динамика и руководство. Виды групп. Конфликты: причины, виды	2		
5.Власть, влияние, лидерство в управлении. Понятие стиля руководства	2		
6.Коммуникация и принятие решений как фоновые функции менеджмента	2		
Тема 2.2. Связующие функции менеджмента	Практические занятия: постановка цели и проверка её по SMART-критериям; декомпозиция цели на тактические задачи, построение диаграммы Ганта для проекта; отработка приемов делового и управленческого общения; задания на выявление проблемы и разработку управленческого решения по ней.	8	3
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению коммуникационных сетей. Составление конспекта.	10	3

Раздел 3. Теория маркетинга		10	
Тема 3.1. Основные категории маркетинга	Содержание учебного материала		
	1.Сущность маркетинга. Маркетинговые концепции. Рынок в маркетинге	4	1
	2. Товар в маркетинге. Уровни товара. Влияние внутренней и внешней среды организации		1
	Практические занятия: применение к отдельным продуктам концепций «4р» и «4с»	2	3
	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	3
Раздел 4. Практический маркетинг		24	
Тема 4.1. Исследование и прогнозирование рынка	Содержание учебного материала		
	Анализ рынка как инструмент маркетингового исследования	8	1
	Наблюдение за рынком как инструмент исследования. Отслеживание рынка недвижимости		2
	Прогнозирование рынка недвижимости на основе динамики спроса и предложения		2
Товарная, ценовая, коммуникационная и сбытовая политика: цели, инструменты реализации, особенности сферы земельно-имущественных отношений	2		
Тема 4.2. Планирование маркетинговой политики организации	Практические занятия: изучение конъюнктуры рынка недвижимости, в т.ч. динамики спроса и предложения; составление прогноза развития; осуществление сегментации рынка недвижимости; позиционирование недвижимости; задания на определение стратегии и тактики относительно ценообразования; задания на определение стратегии относительно товара ; задачи на определение товарных и ценовых стратегий фирмы. Маркетинговая политика в сфере ЗИО: цели, инструменты реализации, особенности	6	3
	Самостоятельная работа обучающихся: покупка газеты «Из рук в руки» с интервалом для практических занятий. Подготовка материалов для анализа. Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению приемов стимулирования сбыта (как инструмента коммуникационной политики). Составление конспекта.	8	3
	Зачет	2	3
	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

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

Грибов В. Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2020. — 224 с. — (Среднее профессиональное образование). — URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Пястолов С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга e-Приложение : учебник / С.М. Пястолов. — Москва : КноРус, 2021. — 246 с. — URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. – Москва : Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 288 с. — (Среднее профессиональное образование).—URL: <http://znanium.com>. — Режим доступа: по подписке.

Казначевская Г. Б. Менеджмент : учебник / Г.Б. Казначевская. — Москва : КноРус, 2021. — 240 с. — (Среднее профессиональное образование). — URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Коротков Э. М. Менеджмент : учебник для СПО / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 566 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Менеджмент : учебник для СПО / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Астахова Н. И. Менеджмент : учебник для СПО / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин ; под общей редакцией Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 422 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Карпова С. В. Основы маркетинга : учебник для СПО / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. —

(Профессиональное образование). — URL: [https:// urait.ru](https://urait.ru). — Режим доступа: по подписке.

Реброва Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для СПО / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Профессиональное образование). — URL: [https:// urait.ru](https://urait.ru). — Режим доступа: по подписке.

Парамонова Т.Н. Маркетинг : учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2020. — 189 с.— URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

Пястолов С. М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Практикум : учебно-практическое пособие / С. М. Пястолов. — Москва : КноРус, 2020. — 193 с. — (Среднее профессиональное образование). — URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Дробышева Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Дробышева Л.А. - 5-е изд. – Москва : Дашков и К, 2019. - 152 с. — (Среднее профессиональное образование).— URL: <http://znanium.com>. — Режим доступа: по подписке.

Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 325 с. — (Профессиональное образование).

Грибов В. Д. Менеджмент : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2021. — 275 с. — (Среднее профессиональное образование).— URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Менеджмент. Практикум : учебное пособие для СПО / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 246 с. — (Профессиональное образование). — URL: [https:// urait.ru](https://urait.ru). — Режим доступа: по подписке.

Лисичкина Ю.С. Менеджмент. Практикум : учебно-практическое пособие / Ю.С. Лисичкина, О.В. Астафьева. — Москва : КноРус, 2020. — 162 с. — URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Сетков В. И. Менеджмент : учебное пособие / В. И. Сетков. — Москва : КноРус, 2021. — 150 с. — (Среднее профессиональное образование).— URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Райченко А. В. Менеджмент : учебное пособие / А. В. Райченко, И. В. Хохлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 342 с. — (Среднее профессиональное образование). — URL: <http://znanium.com>. — Режим доступа: по подписке.

Федько В. П. Маркетинг : учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. В. П. Федько. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М : Академ-центр, 2017. — 368 с. . — (Среднее профессиональное образование).— URL: <http://znanium.com>. — Режим доступа: по подписке.

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 практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий 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: 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	практические занятия, устный опрос, тест – контроль, мониторинг самостоятельной работы обучающихся дифференцированный зачёт
Знания:	

<p>сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития</p> <p>особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)</p> <p>внешнюю и внутреннюю среду организации</p> <p>цикл менеджмента</p> <p>процесс принятия и реализации управленческих решений</p> <p>функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта</p> <p>систему методов управления</p> <p>методику принятия решений</p> <p>стили управления, коммуникации, деловое общение</p> <p>сущность и функции маркетинга</p> <p>конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив</p>	<p>практические занятия, устный опрос, тест – контроль, мониторинг самостоятельной работы обучающихся</p> <p>дифференцированный зачёт</p>
---	---