

Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное  
образовательное учреждение

«Академия управления городской средой, градостроительства и печати»

ПРИНЯТО

На заседании педагогического совета

Протокол №.....

« 02 » 07 2021 г

УТВЕРЖДАЮ  
Директор СПб ГБПОУ «АУГСГиП»  
А.М. Кривоносов  
« 02 » 07 2021 г



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы менеджмента и маркетинга

для специальности

21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

базовая подготовка

Санкт-Петербург

2021г.

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 №.....

«25» 06 2021г

Одобрена на заседании цикловой комиссии

Экономики и сервиса

№9 от 25.06.21.....

председатель цикловой комиссии:

  
\_\_\_\_\_

Е.Г. Оболенская

Разработчик:

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

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	4
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	6
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	9
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	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	<p><b>Уметь</b></p> <p>Т 1.2 (2 часа) - проводить стратегический анализ внешней макросреды (STEP), ситуационный анализ (SWOT);</p> <p>Т 2.2 (2 часа) - ставить личные и деловые цели, соблюдая SMART-критерии постановки цели;</p> <p>Т 2.2 (2 часа) - декомпозировать цели на тактические задачи, строить диаграмму Ганта для проекта;</p> <p>Т 2.2 (2 часа) - находить пути повышения эффективности рабочей группы;</p> <p>Т 2.2 (2 часа) - выявлять проблему и разрабатывать управленческое решение по ней.</p>	10	<p><b>Знать</b></p> <p>Т 1.1 (2 часа) - основные актуальные научные подходы к исследованию менеджмента: системный, ситуационный, процессный;</p> <p>Т 1.1 (2 часа) – основы стратегического менеджмента</p> <p>Т 2.2 (6 часа) – связующие функции менеджмента: принятие решений, коммуникация, разрешение конфликтов</p>

**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

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов/зач. единиц</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>76/2.11</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>50/1.39</b>
в том числе:	
практические занятия	18
контрольные работы	
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>26</b>
<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
<b>Раздел 1. Теория менеджмента</b>		<b>12</b>	
<b>Тема 1.1. Основные понятия и принципы менеджмента</b>	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	
<b>Раздел 2. Технология менеджмента</b>		<b>30</b>	
<b>Тема 2.1. Цикл управления. Основные функции</b>	Содержание учебного материала	12	
	1.Функции менеджмента: Планирование и организация как основные функции менеджмента		1
2.Координация и контроль как основные функции менеджмента. Сущность, виды, принципы	1		
<b>Тема 2.2. Связующие функции менеджмента</b>	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	
	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	



<b>Раздел 3. Теория маркетинга</b>		<b>10</b>	
<b>Тема 3.1. Основные категории маркетинга</b>	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
<b>Раздел 4. Практический маркетинг</b>		<b>24</b>	
<b>Тема 4.1. Исследование и прогнозирование рынка</b>	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		
<b>Тема 4.2. Планирование маркетинговой политики организации</b>	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
<b>Всего:</b>		<b>76</b>	

Рабочей программой предусмотрено выполнение отдельных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, в форме практической подготовки в объёме **50** часов.

### **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**

**Пястолов С.М.** Основы экономики, менеджмента и маркетинга : 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.

**Казначевская Г. Б.** Менеджмент : учебник / Г.Б. Казначевская. — Москва : КноРус, 2019. — 240 с. — (Среднее профессиональное образование). — 50 экз.

**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>. — 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.

**Грибов В. Д.** Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2021. — 224 с. — (Среднее профессиональное образование). — URL: <https://www.book.ru>. — 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, 2021. — 325 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru>. — Режим доступа: по подписке.

**Парамонова Т.Н.** Маркетинг : учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2021. — 189 с.— URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

**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.

**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.

#### **Интернет-ресурсы:**

1. [www.cfin.ru/management/chub/index.shtml](http://www.cfin.ru/management/chub/index.shtml)
2. [www/marketing.spb.ru/lib\\_mm/what\\_is\\_mm.htm](http://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

<b>(освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>контроля и оценки</b>
<b>Умения:</b>	
<p>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>	<p>практические занятия,  устный опрос, тест – контроль, мониторинг самостоятельной работы обучающихся  дифференцированный зачёт</p>
<b>Знания:</b>	
<p>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>	<p>практические занятия,  устный опрос, тест – контроль, мониторинг самостоятельной работы обучающихся  дифференцированный зачёт</p>