**Приложение 2.26**

к ОПОП по специальности

21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Министерство образования Московской области

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

Московской области

«Воскресенский колледж»

Утверждена приказом руководителя

образовательной организации

№\_\_\_\_\_от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

город Воскресенск 2021г.

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК экономических дисциплин

Протокол № 1

«27»августа 2021г.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ И.М.Портная/

Программа учебной дисциплины ОП.04 «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014года, № 486.

Организация -разработчик: ГБПОУ МО «Воскресенский колледж»

Разработчик: преподаватель ГБПОУ МО «Воскресенский колледж» Портная И.М

СОДЕРЖАНИЕ

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ « ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»**

**1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:**

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» является частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК, ПК:

ОК 1, ОК 2, ОК 3. ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7.,ОК 8, ПК 1.4, 3,1

**1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код ОК, ПК, ЛР | Умения | Знания |
| ОК 1-8  ПК 1.4, ПК 3.1  ЛР 1, ЛР 5, ЛР10 | 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;  Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.  Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы. | 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 |

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем в часах** |
| Объем образовательной программы учебной дисциплины, в т.ч | 102 |
| теоретическое обучение | 68 |
| Самостоятельная работа | 34 |
| **Промежуточная аттестация в форме экзамена** 6 | |

**2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся** | **Объем в часах** | **Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| Введение | Содержание учебного материала  Содержание дисциплины, связь с другими дисциплинами, значение дисциплины для подготовки специалистов. | 2 | ОК 1, ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| Тема 1 Сущность и характерные черты современного менеджмента | Содержание учебного материала  Понятие менеджмента, его сущность, история развития, современные подходы: количественный, процессный, системный. ситуационный | 2 | ОК 1- ОК 3 ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| Тема 2 Организация. Внутренняя и внешняя среда организации | Содержание учебного материала  1. Понятие организации. Виды организаций: формальные и неформальные. | 2 | ОК 3- ОК4  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 2. Внешняя и внутренняя среда организации. Факторы прямого и косвенного воздействия | 2 |  |
| Тема 3 Типы организационных структур | Содержание учебного материала  1.Организационные структуры управления: линейная, линейно-штабная, функциональная. | 2 | ОК 5, ПК 1.4  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 2.Принципы построения структур | 2 |  |
| Тема 4 Цикл менеджмента | Содержание учебного материала  1. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация и контроль. | 2 | ОК 7,пк 1.4  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 2.Виды планов и формы планирования. | 2 |  |
| 3.Современные теории мотивации. | 2 |  |
| 4.Этапы процесса контроля, виды контроля | 2 |  |
| Самостоятельная работа обучающихся  1.Сбор и анализ информации для составления плана;  2.Доклад на тему: «Применение мотивационных теорий в современной практике управления» | 4 | ОК 1-5, ПК 1.4,ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| Тема 5 Принципы и методы управления | Содержание учебного материала  1. Основные методы управления: административные, экономические, социально-психологические. Д | 2 | ОК 5, ПК 1.4 ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 2. Достоинства и недостатки методов управления | 2 |  |
| Самостоятельная работа обучающихся  Составление структурно-логической схемы: «Достоинства и недостатки методов управления» | 2 |  |
| Тема 6 Коммуникации в менеджменте | Содержание учебного материала  1. Понятие коммуникации. Виды коммуникации: внутренние и внешние. | 2 | ОК 1-8, ПК 3.1  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 2. Элементы коммуникационого процесса: отправитель, получатель, сообщение. Эффективные системы коммуникаций. | 2 |  |
| Самостоятельная работа обучающихся  1. Составление плана бесед и переговоров.  2. Конспектирование материала по вопросу: «Межличностные коммуникации» | 4 |  |
| Тема 7 Управленческие решения | Содержание учебного материала  1. Понятие и виды управленческих решений. Процесс принятия решений. | 2 | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 10 |
| 2. Методы принятия решений: формальный, неформальный | 2 |  |
| Тема 8 Стиль руководства и деловое общение | Содержание учебного материала  1. Власть и виды власти: демократическая, либеральная, бюрократическая. | 2 | ОК 2-6, ПК 1.4  ЛР 5, ЛР 10 |
| 2. Стили руководства и их эффективность. Должностные обязанности, виды делового общения | 2 |  |
| Самостоятельная работа обучающихся  1.Разработка плана бесед и переговоров.  2.Конспектирование материала по вопросу: «Основные критерии и показатели эффективности управления» | 4 |  |
| Тема 9 Система управления персоналом организации | Содержание учебного материала  1. Определение «управление персоналом», трудовые ресурсы, трудовой потенциал. Методы управления персоналом.  2. Государственная система управления трудовыми ресурсами | 2  2 | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся  1. Составление структурно-логической схемы: « Внутренние и внешние источники привлечения персонала». | 2 |  |
| 2. Составление резюме, разработка эффективной системы оплаты труда | 2 |  |
| Тема 10 Эволюция и концепция маркетинга | Содержание учебного материала  Сущность и характерные черты современного маркетинга. Виды маркетинговой концепции, тенденции развития маркетинга в России | 2 | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| Тема 11 Принципы, методы и функции маркетинга | Содержание учебного материала  1. Принципы и методы маркетинга: стимулирующий, развивающий, конверсионный | 2 | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 2. Функции маркетинга. Виды рынков | 2 |  |
| Самостоятельная работа обучающихся  1. Конспектирование вопроса: « Методы прогнозирования в маркетинге»  2. Построение структурно-логической схемы по вопросу: Функции маркетинга» | 4 |  |
| Тема 12 Маркетинговая среда организации | Содержание учебного материала  1.Элементы маркетинга и их компоненты. Планирование и контроль маркетинга. | 2 | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 2.Маркетинговая деятельность, факторы микро и макросреды. | 2 |  |
| Самостоятельная работа обучающихся  Составление и заполнение таблицы: «Характеристика факторов внешней среды маркетинговой системы»  Самостоятельное конспектирование вопроса: «Методологические основы маркетинга» | 4 |  |
| Тема 13 Товарная политика в маркетинге | Содержание учебного материала  1.Классификация товаров: широкого потребления, промышленного назначения. | 2 | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 10 |
| 2. Ассортимент и его виды: промышленный, торговый, комбинированный. | 2 |  |
| 3.Товарные знаки. Штриховое кодирование товаров. | 2 |  |
| Самостоятельная работа обучающихся  Разработка товарного знака и упаковки товаров( по выбору студентов) | 4 |  |
| Тема 14 Ценовая политика в маркетинге | Содержание учебного материала  1. Ценовая политика: виды цен | 2 | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 2. Факторы, воздействующие на цены, | 2 |  |
| 3. Методы ценообразования, продвижение товара на рынок | 2 |  |
| Самостоятельная работа обучающихся  1.Конспектирование вопроса: «Выбор способов установления цены». 2.Проведение маркетинговых исследований в области цен на конкретные группы товаров ( по регионам) | 4 |  |
| Тема 14 Реклама | Содержание учебного материала  1. Реклама: виды рекламы: СМИ, наружная, информационная, теле и радио реклама. | 2 | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 10 |
| 2.Методы и средства рекламы. | 2 |  |
| 3. Рекламный процесс. | 2 |  |
| Самостоятельная работа обучающихся  Составление рекламного объявления | 2 |  |
| **Промежуточная аттестация в форме экзамена**  6 | | | |
| Всего: 102 | | | |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

3.1 Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные кабинеты:

Кабинет «Менеджмента» и «Маркетинга», оснащенный оборудованием: посадочными рабочими местами по количеству обучающихся, рабочее место преподавателя, комплект учебно-методического материала, включающий: конспект лекций, учебно-методическую литературу, тестовые задания. Технические средства обучения: компьютер.

**3.2 Информационное обеспечение реализации программы**

**3.2.1 Основные печатные издания**

1. Алексунин В.А Маркетинг: учебник СПО — М: Дашков и К, 2019г.-200с

2. Драчева Е.Л. Юликов Л.И Менеджмент: практикум, учебное пособие СПО — М: Академия, 2019г.-288с

3.Драчева Е.Л. Юликов Л.И Менеджмент: учебник СПО- М: Академия, 2018г.-288с.

4. Сухов В.Д Основы менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях: учебник СПО — М: Академия, 2019.-240с

5. Конспект лекций

**3.2 .2Основные электронные издания**

1. [http://eup.ru](http://eup.ru/) Научно~~-~~ образовательный портал Экономика и управление на предприятиях

2. https//www.kommersant.ru -Информационный сайт Коммерсант.ру

**3.2.3 Дополнительные источники**

1. Котляров И.Д Маркетинг: учебное пособие — М: Экспо, 2015г.-240с

2. Полукарпов В.Л Основы менеджмента: учебное пособие -М: ИНФРА М, 2015г.240с

3. Семенов А.К, Набоков В.И Основы менеджмента : учебник М: Академия~~,~~ 2015г.556с

4. Тихомирова О.Г Варламов Б.А Менеджмент организации: Теория, история, практика: Учебное пособие,- М.; НИЦ ИНФРА М, 2015.256с.

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты обучения** | **Критерии оценки** | **Методы оценки** |
| 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 | Полноту представления о процессе эволюции менеджмента как науки управления  85-100% правильных ответов «отлично»  69-84% правильных ответов-»хорошо»  51-68% правильных ответов-»удовлетворительно»  50% и менее -»неудовлетворительно»  Овладение элементами микро и макро среды организации и понимание их влияния на ее стратегическое состояние; полнота представления о динамике развития организации по фазам жизненного цикла  Знание признаков управленческого решения, видов управленческих решений, полнота представления о культуре решения проблем в организации  Полноту представления о маркетинге, о спросе и предложении, о рынках и конъюнктуре рынка | Тестирование, устный опрос, дифференцированный опрос, индивидуальный, фронтальный, графологический диктант |
| 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; | Правильно планировать деятельность отдельных работников, их должностных обязанностей, грамотное применение самоменджмента и тайм-менеджмента  Правильность применения этических нормативов и элементов делового этикета для повседневной деятельности  Грамотное использование кейс-методов для решения проблем и конкретных ситуаций, эффективность применения стратегических либо тактических методов решения проблем в организации  Полнота представления о стратегии и тактики ценообразования , об осуществлении сегментации и позиционировании товара | Выполнение домашнего задания, самостоятельной внеаудиторной работы, контрольные практические работы по темам курса, выполнение и защита рефератов |