



Негосударственное частное учреждение
Профессиональная образовательная организация
«Уральский институт подготовки кадров «21-й век»

УТВЕРЖДАЮ:

Председатель учебно-методического совета
заместитель директора



М.В. Федорук
«*16*» *августа* 20 *18* г.

**Рабочая программа учебной дисциплины
ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга**

Нижний Тагил
2018 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта по
специальности среднего профессионального образования
21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Организация-разработчик: НЧУ ПОО «Уральский институт подготовки
кадров «21-й век»

Составитель: преподаватель кафедры Шемякин А. Б., кандидат
педагогических наук, доцент

Программа рассмотрена и утверждена на кафедре гуманитарных и
социально-экономических наук

« 03 » августа 2018 г. протокол № 1

Зав. Кафедрой _____ Н.С. Лобарева

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----------|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | стр. 4 |
| 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 6 |
| 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 7 |
| 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 11 |

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы менеджмента и маркетинга

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» и может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке.

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» входит в профессиональный цикл и относится к модулю общепрофессиональных дисциплин базисного учебного плана подготовки специалиста по специальности среднего профессионального образования 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения 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, принципы делового общения;
- сущность и функции маркетинга;
- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

1.4. Перечень формируемых компетенций:

Общие компетенции (ОК)

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей

профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Анализировать социально-экономические 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.

ОК 9. Уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные традиции

ОК 10 Соблюдать правила техники безопасности, нести ответственность за организацию мероприятий по обеспечению безопасности труда.

Профессиональные компетенции (ОК)

ПК 1.4. Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территорий.

ПК 3.1. Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавая графические материалы.

1.5. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 50 часов, в том числе:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 34 часа;
 самостоятельной работы обучающегося 16 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Количество часов |
|---|-------------------------|
| Максимальная учебная нагрузка (всего) | 90 |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) | 8 |
| в том числе: | |
| практические занятия | 6 |
| контрольные работы | |
| Самостоятельная работа обучающегося (всего) | 82 |
| в том числе: | |
| внеаудиторная самостоятельная работа | 82 |
| Итоговая аттестация в форме | зачета |

**2.2. Тематический план и содержание
учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»**

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся | Объём часов | Уровень освоения |
|--|--|---------------------|------------------|
| <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> |
| Раздел 1. Основы менеджмента | | | |
| Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития. | | | |
| | <p>Понятия «менеджмент» и «управление». Донаучный этап в развитии менеджмента. Научные школы менеджмента. Интегрированные подходы в менеджменте. Современная система взглядов на менеджмент.</p> <p>Практические занятия: Менеджеры и предприниматели</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Написание эссе об известном менеджере или предпринимателе</p> | <p>0,5</p> <p>1</p> | <p>1,2</p> |
| 2. Связывающие процессы в менеджменте | <p>Связывающие процессы. Коммуникации: виды и элементы. Преграды в организационных коммуникациях и способы их совершенствования</p> <p>Принятие управленческого решения. Виды, этапы принятия и факторы управленческих решений</p> <p>Практические занятия: Процесс коммуникации в организации. Принятие управленческого решения</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Подготовка парой студентов одного из видов деловой беседы</p> | <p>0,5</p> <p>1</p> | <p>1,2</p> |
| Тема 1.3. Понятие, сущность и основные признаки организации | <p>Природа и сущность организации</p> <p>Определение понятия организации</p> <p>Черты и свойства организаций</p> <p>Основные модели организаций</p> <p>Внешняя среда организации</p> | 0,5 | 1,2 |

| | | | |
|---|--|-----|-----|
| | Внутренняя среда организации | | |
| Тема 1.4. Внутренняя и внешняя среда организации. | Среда организации. Внешняя среда и ее элементы. Факторы прямого и косвенного воздействия, их характеристика, взаимосвязь Подвижность и неопределенность внешней среды. Внутренняя среда, ее основные переменные (цели, задачи, технология, структура и люди) | 1 | 1,2 |
| | Практические занятия: построение дерева целей для предприятия | | |
| | Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Составление логико-смысловой схемы по вопросу «Внешняя и внутренняя среда организаций» | | |
| Раздел 2. Управление организацией. | | | |
| Тема 2.1. Сущность планирования и контроля производственной деятельности. | Планирование: виды, этапы, требования. Организовывание и типы структур организации. Мотивация работников в организации. Контроль: виды, этапы, принципы эффективности. | 0,5 | 1,2 |
| | Практические занятия: Процесс управления организацией | | |
| | Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Характеристика функций управления в подразделении организации | | |
| Тема 2.2. Организация и типы организационных структур. | Что такое организация Характеристика и типы организационных структур Взаимосвязь организации с внешней средой Построение организации | 1 | 1,2 |
| | Практические занятия: охарактеризовать организацию по типу, по построению | | |
| Тема 2.3. Процесс принятия и реализации управленческих решений. | Особенности принятия управленческих решений Понятие управленческого решения Классификация управленческих решений Условия, в которых принимаются управленческие решения Принятие и реализация управленческих решений Методы принятия управленческого решения Этапы рационального решения проблем Реализация управленческого решения | | |
| Раздел 3. Управление персоналом и организации | | | |

| | | | |
|--|--|--|-----|
| эффективное управление. | | | |
| Тема 3.1. Мотивационная политика организации. | <p>Понятие мотивации. Соотношение мотивов, стимулов, потребностей, интересов и целей. Внутренняя и внешняя мотивации. Управление мотивацией. Содержательные теории мотивации. Иерархия потребностей по А. Маслоу. Теория К. Альдерфера. Теория потребностей Д. Макклелланда. Двухфакторная концепция Ф. Герцберга. Ограничение содержательных теорий.</p> <p>Процессуальные теории мотивации. Теории ожиданий (модель мотивации по В. Вруму). Теория справедливости. Модель Портера-Лоулера. Виды и средства мотивации. Проблемы мотивации в современной России. Планирование работ. Оценка и измерение трудовой деятельности.</p> | | 1 |
| Тема 3.2. Основные элементы управления персоналом и самоменеджмент | <p>Развитие самоуправления, его эффективность и влияние в конкретной организации во многом определяется степенью реализации лидерского потенциала всех работников.</p> <p>Цели самоменеджмента. Ключевые навыки эффективного самоменеджмента</p> <p>Ключевые навыки эффективного самоменеджмента</p> | | 1 |
| Тема 3.3. Лидерство и стиль руководства. | <p>Основы лидерства</p> <p>Стили управления Классификация Курта Левина Теория Дугласа Мак Грегора Четыре системы Рэнсиса Лайкерта «Управленческая сетка ГРИД»</p> <p>Современные модели лидерства Концепция атрибутивного лидерства Концепция харизматического лидерства Концепция преобразующего лидерства «Основы эффективного лидерства»</p> | | 1 |
| Тема 3.4. Элементы эффективного управления. | <p>Теоретические аспекты системы управления персоналом предприятия</p> <p>Кадровая и социальная политика – как элемент эффективного управления персоналом</p> <p>Процесс адаптации новых работников на предприятии</p> <p>Аттестация персонала на предприятии</p> <p>Повышение квалификации и переподготовка кадров на предприятии</p> | | 1,2 |

| | | | |
|---|--|---|-----|
| | Практические занятия: проанализировать кадровую и социальную политику предприятия | | |
| Раздел 4. Особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях | | | |
| Тема 4.1. Конъюнктура рынка недвижимости. | <p>Понятие конъюнктуры рынка. Знание закономерностей и конкретики развития рынка должно основываться на изучении рыночной конъюнктуры.</p> <p>Методы и процедура анализа рынка недвижимости Идентификация сегмента рынка Анализ спроса Конкурирующее предложение Рыночное равновесие по недвижимости Факторы, воздействующие на рынок недвижимости</p> | | 1,2 |
| Тема 4.2. Динамика спроса и предложения на рынке недвижимости с учетом долгосрочных перспектив. | <p>Конкуренция Технологии риэлторских услуг значимости и качества информационных систем борьба за рынки труда и сбыта, клиентов и кредитные ресурсы банков, отечественных и зарубежных инвесторов;</p> <p>Динамика и емкость рынка недвижимости</p> <p>Практические занятия: конкуренция на рынке риэлторских услуг</p> | 1 | 1,2 |
| 5. Групповая динамика и руководство | <p>Группы в организации: их виды и значение. Методы повышения эффективности работы групп. Определение и типы власти. Теории лидерства (руководства). Причины, процесс, последствия конфликтов. Управление конфликтами, изменениями и развитием организаций</p> <p>Практические занятия: Повышение эффективности руководства подразделением</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> | 1 | 1,2 |
| | | 1 | |

| | | | |
|---|---|--|-----|
| | Оценка лидерских качеств | | |
| 6. Маркетинг как главная интегрирующая функция управления | Распространение и различные трактовки маркетинга. Маркетинговая среда. Процесс управления маркетингом. | | 1,2 |
| | Практические занятия: Экономическая игра: Маркетинг-микс | | |
| | Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Разработка комплекса маркетинга для малого предприятия | | |
| 7. Методология маркетингового исследования | Системы маркетинговой информации. Понятие, виды и схема маркетингового исследования. Сбор вторичной информации. Методы получения первичной информации. | | 1,2 |
| | Практические занятия: Технология маркетингового исследования | | |
| | Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Разработка анкеты целевого потребителя | | |
| 8. Комплексное исследование рынка в системе маркетинга | Изучение потребительских рынков и покупательского поведения. Изучение рынка предприятий. Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара. | | 1,2 |
| | Практические занятия: Экономическая игра: Сегментирование и отбор целевых рынков | | |
| | Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Составление профиля целевого потребителя | | |
| 9. Разработка комплекса маркетинга | Разработка товара и товарной политики. Установление цен на товары и ценовая политика. Распространение товара и сбытовая политика. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций | | 1,2 |
| | Практические занятия: Роль комплекса маркетинга в повышении конкурентоспособности компании | | |
| | Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Конкурентный анализ организации | | |

| | | | |
|--|---|-----------|-----|
| 10. Реализация маркетинговых мероприятий | Процедура и виды маркетингового планирования. Организация службы маркетинга на предприятии. Маркетинговый контроль. | | 1,2 |
| | Практические занятия: Маркетинговые стратегии организации | | |
| | Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Разработка плана маркетинга малого предприятия | | |
| | Максимальная учебная нагрузка | 90 | |
| | Обязательная учебная нагрузка | 8 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 82 | |
| | Всего | 90 | |

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 ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Основы менеджмента и маркетинга».

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий «Основы менеджмента и маркетинга».

Технические средства обучения:

- проектор;
- интерактивная доска

3.2. Учебно-дидактические средства преподавателя:

Конспект лекций по изучаемым темам; вопросы для подготовки к промежуточной аттестации и итоговой аттестации.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература

1. Белоусова, С. Н. Маркетинг : учеб. Пособие / С. Н. Белоусова, А. Г. Белоусов. -Ростов н/Д: Феникс, 2016.
2. Казначевская, Г. Б. Менеджмент : учеб. пособие / Г. Б. Казначевская. -Ростов н/Д: Феникс, 2015. – 352 с.
3. Попова, А. А. Менеджмент : практикум : учеб. пособие / А. А. Попова. – Ростов н/Д: Феникс, 2015. – 252 с.

Дополнительная литература

1. Котлер, Ф. Маркетинг, менеджмент: пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 14-е изд. – СПб.: Питер, 2016. –816 с.
2. Мескон, М. Х. Основы менеджмента: учеб. пособие / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [пер. с англ. и ред. О. И. Медведь]. – 3-е изд. – М. : Вильямс, 2012. – 665 с.
3. Управление организацией: учебник / Под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 736 с.

Сетевые ресурсы

<http://www.cfin.ru>

Корпоративный менеджмент. Масса информации – полнотекстовые варианты учебников и статей по

| | |
|---|---|
| | менеджменту и маркетингу (есть обзоры рынков), бухгалтеру и налогообложению; ссылка на периодические издания и Интернет-сайты по этим предметам. Есть ссылки на сайты компаний-разработчиков управленческого программного обеспечения. |
| http://www.aup.ru | <i>Административно-управленческий портал.</i> Помимо книг и статей по экономике, маркетингу и менеджменту можно найти нормативные документы, примеры бизнес-планов и др. видов документации необходимых для компании. Есть ссылки на компании, производящие маркетинговые исследования. |
| http://www.marketingacademy.ru | <i>Маркетинг.</i> На сайте выложены публикации по разным вопросам маркетинга. Интересен раздел «Программное обеспечение» |
| http://www.biblioclub.ru | электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»; |

Вопросы к зачету по дисциплине «Основы маркетинга и менеджмента»

1. Научные школы менеджмента
2. Современная система взглядов на менеджмент
3. Разделение управленческого труда
4. Классификация организаций
5. Коммуникации: виды и элементы
6. Виды, этапы принятия и факторы управленческих решений
7. Планирование: виды, этапы, требования
8. Мотивация работников в организации
9. Контроль: виды, этапы, принципы эффективности
10. Группы в организации: их виды и значение
11. Методы повышения эффективности работы групп
12. Причины, процесс, последствия конфликтов
13. Управление конфликтами
14. Среда организации
15. Характеристика и типы организационных структур
16. Построение организации
17. Особенности принятия управленческих решений
18. Теории ожиданий
19. Теория справедливости
20. Проблемы мотивации в современной России
21. Развитие самоуправления
22. Цели самоменеджмента
23. Основы лидерства

- 24.Современные модели лидерства
- 25.Кадровая и социальная политика
- 26.Конъюнктура рынка
- 27.Конкуренция на рынке
- 28.Методы повышения эффективности работы групп
- 29.Маркетинговая среда
- 30.Маркетинговые исследования
- 31.Потребительский рынок и его исследования
- 32.Сбытовая политика
- 33.Организация службы маркетинга на предприятии

Разработчик:

НЧУ ПОО «УИПК
«21-й век»

преподаватель

Шемякин А.Б.

(место работы)

(занимаемая
должность)

(инициалы, фамилия)