

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

Утверждено:

В составе образовательной программы
Учебно-методическим советом ВГТУ
28.04.2022 г. протокол № 2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины

ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

Специальность: 21.02.05 - Земельно-имущественные отношения

Квалификация выпускника: специалист по земельно-имущественным отношениям

Нормативный срок обучения: 2 года 10 месяцев

Форма обучения: очная

Год начала подготовки 2022 г.

Программа обсуждена на заседании методической комиссии филиала ВГТУ в городе
Борисоглебске «29» июня 2022 года. Протокол №8,

Председатель методической комиссии филиала ВГТУ в городе Борисоглебске
_____ Матвеева Л.И.

Программа одобрена на заседании ученого совета филиала ВГТУ в городе Борисоглебске
«30» июня 2022 года. Протокол №8,

Председатель ученого совета филиала ВГТУ в городе Борисоглебске
_____ Григораш В.В.

Программа дисциплины разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования

21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

Утвержденным приказом Минобрнауки России от 17.05.2012 № 413

Организация-разработчик: ВГТУ

Разработчики:

Звегинцева Н.А., преподаватель СПО

СОДЕРЖАНИЕ:

- 1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- 2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- 3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- 4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
- 5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

(название дисциплины)

1.1 Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО **21.02.05 Земельно-имущественные отношения**

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (повышение квалификации по направлению экономика), профессиональной подготовке (по направлению экономика и управление).

1.2 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина «ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга» относится к общепрофессиональным дисциплинам профессионального цикла учебного плана.

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 земельноимущественных 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 иметь практический опыт :

- работы в команде;
- межличностной коммуникации;
- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование, контроль);
- управления, заготовок и сбыта учитывая особенности в земельноимущественных отношениях;
- основными методами реализации управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- основами современных технологий эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации;
- основными методами разработки и реализации маркетинговых программ.

1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 90 часов, в том числе:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 60 часа;
 консультации часов;
 самостоятельной работы обучающегося 30 часа.

В том числе часов вариативной части: 20 часов.
 Объем практической подготовки 72 час.

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результатом освоения профессиональной дисциплины является овладение обучающимися профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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	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.
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.

3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов¹	В том числе в форме практической подготовки
Максимальная учебная нагрузка (всего)	90	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	60	68
в том числе:		
Лекции	32	24
лабораторные работы		
практические занятия	28	24
контрольные работы		
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено)</i>		
Консультации		
В том числе: практическая подготовка в виде выполнения отдельных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью <i>(перечислить виды работ)</i>		
Самостоятельная работа обучающегося (всего) с обоснованием расчета времени необходимого на выполнение	30	24
в том числе:		
- самостоятельная работа над курсовой работой (проектом) <i>(если предусмотрено)</i>		
- реферат;	10	4
- внеаудиторная самостоятельная работа	20	20
<i>Указываются другие виды самостоятельной работы при их наличии (реферат, расчетно-графическая работа, внеаудиторная самостоятельная работа и т.п.).</i>		
Промежуточная аттестация в форме (указать)² <i>в этой строке часы не указываются</i>		Зачет

¹ Во всех ячейках со звездочкой (*) следует указать объем часов.

² В этой строке часы не указываются

3.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1 Введение в менеджмент. История развития управленческой мысли.	<u>Содержание учебного материала</u> Введение. История управленческой мысли. Школы менеджмента. Эмпирическая школа. Менеджмент как система. Информационный период развития. Количественная школа. Подходы в управлении (процессный, системный, ситуационный). Развитие науки управления в России. <u>Практические занятия. Семинар Самостоятельная работа обучающихся</u> Вопросы для самоконтроля по теме	2 2 4	2
Тема 2. Организация как социальный институт – объект управления	<u>Содержание учебного материала</u> Организация как система управления. Признаки и законы организации. Внешняя и внутренняя среда организации. Миссия и цели организации. Выбор миссии организации Структурно-функциональный подход в организации. <u>Практические занятия. Семинар Контрольная работа. Тестирование. Самостоятельная работа обучающихся</u> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания	2 2 1 4	3
Тема 3. Функции менеджмента. Планирование и организация.	<u>Содержание учебного материала</u> Планирование и прогнозирование. Организация как функция. Организационные структуры управления. Особенности органического и механического управления. Факторы, влияющие на ОСУ. Проектирование ОСУ. Принципы формирования организационных систем управления. Управленческие решения. <u>Практические занятия. Деловая игра Самостоятельная работа обучающихся</u> Вопросы для самоконтроля по теме	2 0 4	2
Тема 4. Контроль как функция менеджмента.	<u>Содержание учебного материала</u> Понятие, сущность и предмет контроля. Понятие контроллинга. Виды, типы и формы контроля. Функции контроля. Понятие мотивации, стимулирования, потребностей.	2	3

Мотивация - функция управления	Теории мотивации. Демотивация. <u>Практические занятия</u> . Деловая игра <u>Контрольная работа</u> . Тестирование. <u>Самостоятельная работа обучающихся</u> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания	2 1 4	
Тема 5. Руководитель и его роль в менеджменте. Методы управления.	<u>Содержание учебного материала</u> Личность в системе управления. Власть и влияние. Функции руководителя. Качества руководителя. Взаимодействие человека и организации. Делегирование и ответственность. Соотношение полномочий и власти. Механизмы управления. Средства и методы <u>Практические занятия</u> . Семинар <u>Самостоятельная работа обучающихся</u> Вопросы для самоконтроля по теме	2 2 2	2
Тема 6. Ресурсы менеджмента. Обзор управления за рубежом.	<u>Содержание учебного материала</u> Система информационного обеспечения управления. Модели зарубежного менеджмента. <u>Самостоятельная работа обучающихся</u> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания	2 2	2
Тема 7. Стили управления. Организационная культура как признак организации. Конфликты	<u>Содержание учебного материала</u> Стили управления. Признаки, типы, функции организационной культуры. Формирование организационной культуры. Конфликта в социальной организации, виды конфликтов, их предотвращение и разрешение. <u>Практические занятия</u> . Семинар <u>Контрольная работа</u> . Тестирование. <u>Самостоятельная работа обучающихся</u> Вопросы для самоконтроля по теме	2 2 2 4	3

Тема 8 . Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства.	<u>Содержание учебного материала</u> Основные понятия, объекты и субъекты маркетинга. Эволюционный путь развития маркетинга. Цели, задачи и функции маркетинга на предприятии. Классификация товарных рынков. Определение ёмкости рынка. Модель покупательского поведения. Мотивация и система ценностей потребителей. Виды спроса. Оценка состояния и прогнозирование спроса. Характеристика основных элементов микро- и макросреды. Качественные и количественные методы проведения SWOT-анализа.	2	2
---	--	---	---

	<u>Практические занятия. Семинар</u> <u>Самостоятельная работа обучающихся</u> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания	2 4	
Тема 9 . Маркетинговые исследования и сегментирование рынка	<u>Содержание учебного материала</u> Типы маркетинговой информации и источники её получения. Направления и содержание маркетинговых исследований. Методы качественных маркетинговых исследований. Методы количественных маркетинговых исследований. Измерения в маркетинговых исследованиях. Выбор объектов исследований. Разработка выборочного плана и определение объёма выборки. Процесс маркетинговых исследований. Разработка форм для сбора данных. Сегментация рынка, её основные критерии. Процесс сегментации рынка. Выбор целевых рыночных сегментов. Особенности поведения покупателей на рынках товаров личного потребления и производственного назначения. Критерии сегментации рынков товаров личного потребления и производственного назначения. Позиционирование товара. <u>Практические занятия. Деловая игра. Семинар</u> <u>Контрольная работа. Тестирование.</u> <u>Самостоятельная работа обучающихся</u> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания	6 2 2 4	3

Тема 12. Организация маркетинга и маркетинговая инфраструктура территории	<u>Содержание учебного материала</u> Организация маркетинга территории. Функции службы маркетинга. Маркетинговая инфраструктура территории. Инвестиционная привлекательность территории. Организация регионального маркетинга. Структура и маркетинг интеллектуального капитала России.	2	3
	<u>Практические занятия</u> . Деловая игра	2	
	<u>Контрольная работа</u> . Тестирование	2	
	<u>Самостоятельная работа обучающихся</u> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		
Консультации			
Всего		90	

*Внутри каждого раздела указываются соответствующие темы. По каждой теме описывается содержание учебного материала (в дидактических единицах), наименования необходимых лабораторных работ и практических занятий (отдельно по каждому виду), контрольных работ, а также примерная тематика самостоятельной работы. Если предусмотрены курсовые работы (проекты) по дисциплине, описывается их примерная тематика. Объем часов определяется по каждой позиции столбца 3 (отмечено звездочкой *). Уровень освоения проставляется напротив дидактических единиц в столбце 4 (отмечено двумя звездочками **).*

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)

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета: компьютер, проектор; посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя. Технические средства обучения: компьютер, проектор

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля):

Основные источники:

1. Веснин, Владимир Рафаилович. Менеджмент [Текст] : учебник : допущено МО РФ / Веснин, Владимир Рафаилович. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Проспект, 2012 (Тверь : ОАО "Тверской полиграф. комбинат", 2011). - 613 с. - ISBN 978-5-392-03277-8 : 384-00. экз. 1
2. Михалева, Елена Петровна. Менеджмент [Текст] : учебное пособие для СПО и прикладного бакалавриата : рекомендовано Учебно-методическим отделом / Михалева Елена Петровна. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 190, [1] с. - (Профессиональное образование). - Библиогр.: с. 188-191 (64 назв.). - ISBN 978-5-9916-4387-0. - ISBN 978-5-9692-1549-8 : 174-95. 2 экз.
3. Чумак Т. Г. Менеджмент : Учебное пособие / Т. Г. Чумак . - Волгоград : Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2014. - 136 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/19182>, - ЭБС «IPRbooks», доступ по паролю

Дополнительные источники:

1. Беляев Ю.М. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / Ю.М.Беляев.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Южный институт менеджмента, 2013.— 220 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14041>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Попов, Сергей Александрович. Актуальный стратегический менеджмент. Видение - цели - изменения [Текст] : учебно-практическое пособие / Попов Сергей Александрович ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - Москва : Юрайт, 2014. - 447,

[1] с. : ил. - (Авторский учебник). - Библиогр.: с. 439-448. - ISBN 978-59916-4393-1 : 733-63. 2 экз.

3. Ягодкина, Марьяна Валериевна. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : учебно-методическое пособие : допущено Учебнометодическим объединением / Ягодкина Марьяна Валериевна, Иванова Александра Павловна, Сластушинская Магдалена Мирославовна. - Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.] : Питер, 2014 (Чехов : ОАО "Первая Образцовая тип.", фил. "Чеховский Печатный Двор", 2013). - 302 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 978-5-496-00398-8 : 564-55. 2 экз.

1.2.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- Пакет программ MS Office (Word, PowerPoint);
- Работа с текстовой и графической информацией в электронном виде;
- Работа с поисковыми системами сети Интернет (Google, Yandex и т.п.).

4.2.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

- Библиотека деловой литературы www.aup.ru.
- Деловая онлайн библиотека <http://www.guu.alpinabook.ru>
- Библиотека маркетинга <http://www.marketing-spb.ru>

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)¹ Практический опыт	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения²
ОК 1 - 8 ПК 1.4; ПК 3.1 В результате изучения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» обучающийся <u>знает:</u> – 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;	Зачет (устные ответы на вопросы, решение практических ситуаций)
- 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 <u>умеет:</u> - планировать и организовывать работу подразделения; формировать организационные структуры управления; - разрабатывать мотивационную политику организации; - применять в профессиональной деятельности приемы делового и	

¹ Результаты переносятся из паспорта примерной программы.

² Перечень форм контроля следует конкретизировать с учетом специфики обучения по примерной программе учебной дисциплины

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. имеет <u>практический опыт</u> : — работы в команде; — межличностной коммуникации; — методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование, контроль); — управления, заготовок и сбыта учитывая особенности в земельноимущественных отношениях; — основными методами реализации управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); — основами современных технологий эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; — основными методами разработки и реализации маркетинговых программ.	
---	--

Разработчик:

Филиал ВГТУ в городе Борисоглебске преподаватель СПО

Звегинцева Н.А.



Руководитель образовательной программы:

Филиал ВГТУ в городе Борисоглебске преподаватель СПО

Звегинцева Н.А.



Эксперт

М П
Организации

**ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ
рабочей программы дисциплины**

№ п/п	Наименование элемента ОП, раздела, пункта	Пункт в предыдущей редакции	Пункт с внесенными изменениями	Реквизиты заседания, утвердившего внесение изменений