

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Алейник Станислав Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 25.12.2021 21:26:02

Уникальный программный ключ:

5258223550e400c240b49861245b7fa9f151ae

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «БЕЛГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.Я.ГОРИНА»**

Факультет среднего профессионального образования



«Утверждаю»:

Декан факультета СПО

Г.В. Бражник

«20» мая 2021г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

«Основы менеджмента и маркетинга»

Специальность 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

(базовый уровень)

Форма обучения - заочная

п. Майский, 2021

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 21.02.05. Земельно-имущественные отношения, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 486 от 12.05.2014 г., на основании «Разъяснений по формированию примерных программ учебных дисциплин начального профессионального и среднего профессионального образования на основе Федеральных государственных образовательных стандартов начального профессионального и среднего профессионального образования», утвержденных Департаментом государственной политики в образовании Министерства образования и науки Российской Федерации 27 августа 2009 г.

Организация - разработчик: ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ

Составитель: Бобрышёва Н.В. - преподаватель кафедры экономики

Рассмотрена на заседании кафедры экономики

« 21 » апреля 2021 г., протокол № 18

И.о. зав. кафедрой

 Е.А Голованова

Согласована с выпускающей кафедрой земледелия, агрохимии, землеустройства, экологии и ландшафтной архитектуры

« 19 » мая 2021г., протокол № 11

Зав. Кафедрой

 А.В. Ширяев

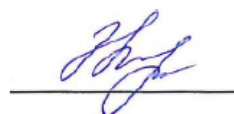
Одобрена методической комиссии агрономического факультета

« 19 » мая 2021г., протокол № 9

Председатель методической комиссии

 Е.Ю. Колесниченко

Руководитель ППСЗ

 Я.Ю. Запара

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности СПО 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения».

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке работников при наличии среднего (полного) общего образования.

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

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» входит в профессиональный цикл, относящийся к общепрофессиональным дисциплинам.

1.3. Цели и задачи учебной 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, деловое общение;
- сущность и функции маркетинга;

-конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

Формируемые компетенции:

Общие компетенции (ОК):

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.

Профессиональные компетенции (ПК):

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

ПК 3.1. Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»:

максимальная учебная нагрузка обучающегося - 126 час,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 22 часа,

самостоятельная работа обучающегося - 104 час.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	<i>126</i>
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	<i>22</i>
в том числе:	

лекции	2
лабораторные работы (<i>если предусмотрено</i>)	-
практические занятия	20
контрольные работы (<i>если предусмотрено</i>)	-
курсовая работа (<i>если предусмотрено</i>)	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	104
в том числе:	
консультации	-
самостоятельная работа над курсовой работой (<i>если предусмотрено</i>)	-
<i>Указываются другие виды самостоятельной работы при их наличии (реферат, расчетно-графическая работа, внеаудиторная самостоятельная работа и т.п.).</i>	- -
<i>Итоговая аттестация в форме зачета</i>	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Основы менеджмента		56	
Тема 1.1. Современный менеджмент: сущность и характерные черты.	<p>Понятие «управление» Управление в командной и рыночной экономике Что такое менеджмент? Роль менеджмента, его задач Менеджмент как наука. Базовое понятие менеджмента — организация Менеджер, его место и роль в организации Типы и виды менеджмента Исходные положения менеджмента Модели национального менеджмента и особенности подготовки менеджеров.</p>	1	1,2
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 1.2. Страницы истории менеджмента	<p>Зарождение менеджмента. Школа научного управления Административное управление (классическая школа) Школа «человеческих отношений»</p>	-	1,2
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 1.3. Внутренняя среда организации. Основные внутренние	<p>Цели организации, структура, задачи, технология, люди Люди как внутренняя переменная Саморазвитие личности как фактор делового успеха</p>	-	2,3

переменные	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 1.4. Основные функции менеджмента	Цикл менеджмента Планирование Организация. Делегирование полномочий	-	1,2
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 1.5. Управленческие решения	Какие бывают решения? Процесс принятия решения Эффективность решения. Принципы принятия решения Моделирование и Экспериментирование как методы решения управленческих проблем	-	2,3
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 1.6. Руководство организацией как социальной системой	Неформальные группы и управление ими Лидерство, руководство, власть Стиль руководства Природа конфликта в организации Стресс	-	2,3
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 1.7. Деловое общение	Коммуникации как связующие процесса управления Психологические закономерности делового общения Этика делового общения Деловой этикет Тактика делового общения	-	2,3
	Практические занятия	1	

	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 1.8. Эффективность и совершенствование менеджмента	Понятие эффективности управления, ее виды и показатели Факторы эффективности управления Совершенствование менеджмента	-	2,3
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Раздел 2. Основы маркетинга		70	
Тема 2.1. Сущность, цели и задачи маркетинга	Сущность маркетинга и его роль в экономике Состояния спроса и задачи маркетинга Концепции маркетинга	1	2,3
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 2.2. Управление маркетинговой деятельностью	Маркетинг как философия бизнеса и интеграционная функция менеджмента предприятия Анализ рыночных возможностей Отбор целевых рынков Разработка комплекса маркетинга Организация маркетинговой деятельности	-	2,3
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 2.3. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	Составляющие системы маркетинговой информации Методика проведения маркетингового исследования	-	2,3
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 2.4. Маркетинговая среда	Основные факторы микросреды Основные факторы макросреды	-	2,3

организации	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 2.5. Сегментирование рынка	Особенности рынка организаций Критерии и признаки сегментирования рынка Сегменты рынка по потребителям, по продуктам и по конкурентам	-	2,3
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 2.6. Товар и его характеристики	Понятие товаров и их классификация. Жизненный цикл товара. Критерии определения новых товаров. Товарный знак. Упаковка и маркировка товара.	-	2,3
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 2.7. Ценообразование в маркетинге	Установление цены на новый товар. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры. Установление цены по географическому принципу. Установление цен со скидками и зачетами. Ценовая дискриминация	-	2,3
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 2.8. Методы распространения товаров	Задачи распределения Каналы распределения Товародвижение Оптовая и розничная торговля	-	2,3
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 2.9. Коммуникации в маркетинге	Комплекс маркетинговых коммуникаций Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования Реклама Стимулирование сбыта	-	2,3

	Работа с общественностью		
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 2.10. Стратегии маркетинга, планирование и контроль	Стратегическое планирование маркетинга Текущее планирование маркетинга Схема разработки бюджета маркетинга Контроль за выполнением планов	-	2,3
	Практические занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
	Всего	126	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выявление деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия кабинета менеджмента № 201.

Оборудование учебного кабинета:

Специализированная мебель, доска настенная, кафедра, рабочее место преподавателя.

Комплект мультимедийного оборудования: проектор EPSON; экран проектора Digis-1, аудиосистема (колонки Sven – 2 шт) ноутбук

Наглядные стенды: «Ключевые понятия управления», «Субъект и объект управления», «Потребность в профессиональном управлении», «Основные факторы профессионализации управления», «Содержание процесса управления», «Факторы обособления звена в системе управления», «Структура цели и методология ее разработки», «Типология систем управления», «Причины кризиса и потребность в антикризисном управлении», «Антикризисное развитие», «Антикризисное управление: требования к системе, механизму и процессу управления».

Кабинет маркетинга № 203.

Специализированная мебель для обучающихся на 24 посадочных места.

Рабочее место преподавателя: стол, стул, кафедра-трибуна настольная, доска настенная магнитно-маркерная.

Набор демонстрационного оборудования:

- телевизор Panasonic 50 PR50*50 VIERA 600 Hz USB DVB-T2 (диагональ 127 см);

- аудио-видео кабель HDMI (для подключения телевизора к ноутбуку);

- ноутбук Lenovo 15.6 G 580.

Информационные стенды (планшеты настенные):

- Основы теории маркетинга;

- Цели маркетинга».

Помещение для самостоятельной работы

Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет.

Специализированная мебель; комплект компьютерной техники в сборе (системный блок: Asus P4BGL-MX\IntelCeleron, 1715 MHz\256 Мб PC2700 DDR SDRAM\ST320014A (20 Гб, 5400 RPM, Ultra-ATA/100)\ NEC CD-ROM CD-3002A\Intel(R) 82845G/GL/GE/PE/GV GraphicsController, монитор: Proview 777(N) / 786(N) [17" CRT], клавиатура, мышь.); Foxconn G31MVP/G31MXP\DualCoreIntelPentium E2200\1 Гб DDR2-800 DDR2 SDRAM\MAXTOR STM3160215A (160 Гб, 7200 RPM, Ultra-ATA/100)\Optiarc DVD RW AD-7243S\Intel GMA 3100 монитор: acerv193w [19"], клавиатура, мышь.) с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечения доступа в электронную информационно-образовательную среду Белгородского ГАУ;

настенный плазменный телевизор SAMSUNG PS50C450B1 Black HD (диагональ 127 см); аудио-видео кабель HDMI.

Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа.

Microsoft Imagine Premium Electronic Software Delivery. Сублицензионный договор на передачу неисключительных прав №26 от 26.12.2019. Срок действия- бессрочно.

MS Office Std 2010 RUS OPL NL Acdmc. Договор №180 от 12.02.2011. Срок действия лицензии – бессрочно.

Anti-virus Kaspersky Endpoint Security для бизнеса (Сублицензионный договор №42 от 06.12.2019) - 522 лицензия. Срок действия лицензии по 01.01.2021.

Информационно правовое обеспечение "Гарант" (для учебного процесса). Договор №ЭПС-12-119 от 01.09.2012. Срок действия - бессрочно.

СПС КонсультантПлюс: Версия Проф. Консультант Финансист. КонсультантПлюс: Консультации для бюджетных организаций. Договор от 01.01.2017. Срок действия - бессрочно.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Основы менеджмента и маркетинга: учеб.пособие / А.В. Райченко, И.В. Хохлова. —2-е изд., перераб. и доп. —М. : ИНФРА-М, 2017. —342 с. — (Среднее профессиональное образование).

<http://znanium.com/bookread2.php?book=563352>

Дополнительные источники:

1. Менеджмент: Учебное пособие / Кнышова Е. Н. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦИНФРА-М, 2015. - 304с.<http://znanium.com/bookread2.php?book=492807>

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, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь:	

<ul style="list-style-type: none"> -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>Ситуационные задачи, реферат, тест, зачет</p>
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -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>Ситуационные задачи, реферат, тест, зачет</p>