

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет
им. Г. И. Носова»
Многопрофильный колледж

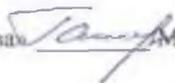

УТВЕРЖДАЮ
Директор
С.А. Махновский
01.03.2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП. 04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА
«профессиональный цикл»
программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения
базовой подготовки

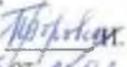
Магнитогорск, 2018

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 базовой подготовки, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 486

Организация-разработчик: Многопрофильный колледж ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова»

Разработчик:
преподаватель МпК ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»  Марина Валентиновна Гайворонская

ОДОБРЕНО

Предметной комиссией
"Основ предпринимательской
деятельности"
Председатель  М. Ю. Боровских
Протокол № *6* от *21.02.18*

Методической комиссией МпК

Протокол № *4* от *01.03.18*

РЕКОМЕНДОВАНО

Экспертной комиссией
Заключение экспертной комиссии от *27.02.18*

Рабочая программа разработана в соответствии с СМК-О-К-РП-120-14 Рабочая инструкция. Порядок разработки рабочей программы учебной дисциплины образовательной программы среднего профессионального образования.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	16
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	18
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ	19

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, входящей в состав укрупненной группы специальностей 21.00.00 Прикладная геология, горное дело, нефтегазовое дело и геодезия.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании при повышении квалификации и переподготовке кадров: экономистов, бухгалтеров, финансистов, предпринимателей.

Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

1.2 Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» относится к общепрофессиональным дисциплинам профессионального цикла.

Освоению учебной дисциплины предшествует изучение учебных дисциплин:

- БД.05 Обществознание (включая экономику и право);
- ОП.05 Документационное обеспечение управления.

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» является предшествующей для изучения следующих учебных дисциплин, профессиональных модулей:

- ОП.01 Основы экономической теории;
- ОП.09 Экономический анализ;
- ОП.11 Основы предпринимательской деятельности;
- ПМ.01 Управление земельно-имущественным комплексом;
- ПМ.03 Картографо-геодезическое сопровождение земельно-имущественных отношений.

1.3 Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:

- У1 планировать и организовывать работу подразделения;
- У2 формировать организационные структуры управления;
- У3 разрабатывать мотивационную политику организации;
- У4 применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- У5 принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- У6 учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;
- У7 анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;
- У8 определять стратегию и тактику относительно ценообразования.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся *должен знать*:

- З1 сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- З2 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);
- З3 внешнюю и внутреннюю среду организации;

- 34 цикл менеджмента;
- 35 процесс принятия и реализации управленческих решений;
- 36 функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
- 37 систему методов управления;
- 38 методику принятия решений;
- 39 стили управления, коммуникации, деловое общение;
- 310 сущность и функции маркетинга;
- 311 конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

Содержание дисциплины ориентировано на подготовку студентов к освоению профессиональных модулей программы подготовки специалистов среднего звена по специальности и овладению профессиональными компетенциями:

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.

В процессе освоения дисциплины у студентов должны формироваться общие 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. 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.

1.4 Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 75 часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 50 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 25 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	75
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	50
в том числе:	
– лабораторные занятия	<i>не предусмотрено</i>
– практические занятия	10
– курсовая работа (проект)	<i>не предусмотрено</i>
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	25
в том числе:	
– самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	<i>не предусмотрено</i>
– внеаудиторная самостоятельная работа	25
Форма промежуточной аттестации – <i>комплексный экзамен</i>	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Введение	Входной контроль. Инструктивный обзор программы учебной дисциплины и знакомство студентов с основными условиями и требованиями к освоению общих и профессиональных компетенций.	2	
Раздел 1 Основы менеджмента		39	
Тема 1.1 Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития	Содержание учебного материала	2	1,2
	Сущность менеджмента, его место в общей теории управления. Предмет и задачи менеджмента. Менеджмент как наука и практика управления. Цели менеджмента. Функции менеджмента. Принципы менеджмента. Научные подходы к менеджменту. Этапы и особенности формирования теории менеджмента. Школы менеджмента. Эволюция менеджмента		
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. Подготовка доклада по теме «Развитие менеджмента в России и за рубежом».		
Тема 1.2 Внешняя и внутренняя среда организации	Содержание учебного материала	2	1
	Организация как объект менеджмента. Внешняя среда организации. Факторы среды прямого воздействия. Факторы среды косвенного воздействия. Характеристики внешней среды: взаимосвязь факторов внешней среды, сложность внешней среды, подвижность среды, неопределенность внешней среды. Внутренняя среда организации: структура, кадры, внутриорганизационные процессы, технология, организационная культура.		
	Практические занятия: 1. Анализ факторов внешней и внутренней среды Решение ситуационных задач. Разработка стратегии для заданной организации. Составление внутрифирменного плана на основе SWOT-анализа.		
Тема 1.3 Цикл менеджмента: организация, планирование,	Содержание учебного материала	2	1
	Цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация и контроль) как основа управленческой деятельности. Характеристика функций управления. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций менеджмента.		

мотивация и контроль	Практические занятия: 2. Разработка организационных структур для заданных организаций. Разработка мотивационной политики организации.	2	2
Тема 1.4 Система методов управления	Содержание учебного материала	2	1,2
	Понятие методов управления. Направленность, содержание и организационная форма методов. Классификация методов управления: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические. Характер воздействия: прямое и косвенное.		
	Самостоятельная работа обучающихся: 2. Составление структурно-аналитических таблиц: – «Сравнительная характеристика методов управления»; – «Классификация методов управления».	2	3
Тема 1.5 Коммуникационные процессы в менеджменте	Содержание учебного материала	2	1,2
	Сущность и основные элементы процесса коммуникации. Факторы, влияющие на процесс коммуникации в организации. Модель коммуникационного процесса. Основные виды коммуникаций. Межличностные коммуникации. Организационные коммуникации. Пути улучшения системы коммуникаций.		
	Самостоятельная работа обучающихся: 3. Подготовка к семинару по теме: «Современные тенденции в развитии коммуникаций».	3	3
Тема 1.6 Принятие и реализация управленческих решений	Содержание учебного материала	2	1,2
	Содержание и виды управленческих решений. Процесс принятия решений. Методы принятия решений. Индивидуальные стили принятия решений. Условия эффективности управленческих решений. Организация и контроль выполнения решений.		
Тема 1.7 Стили управления	Содержание учебного материала	2	1,2
	Менеджер и лидер. Понятие лидерства. Влияние и власть. Формы влияния и власти. Стили руководства и типы руководителей. Управленческая решетка и классификация типов руководителей. Связь стиля руководства и ситуации. Эффективность деятельности менеджера.		
	Самостоятельная работа обучающихся: 4. Составление глоссария по теме «Власть, лидерство, партнёрство».	3	3

Тема 1.8 Деловое и управленческое общение	Содержание учебного материала	2	1
	Деловое общение, его характеристика. Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения. Управленческое общение, его функции и назначение. Распорядительная информация и ее виды. Условия эффективного общения. Психологические приемы достижения расположенности подчиненных (аттракция): «имя собственное», «зеркало отношений», «золотые слова», «терпеливый слушатель», «личная жизнь». Правила устного распоряжения. Понятие конфликта и методов разрешения конфликтной ситуации.		
	Практические занятия: 3. Разработка схем процесса принятия управленческих решений с использованием системы методов управления: анализ конкретных ситуаций. Разработка технологии проведения делового совещания; организация проведения переговоров для конкретной заданной ситуации.	2	2
Тема 1.9 Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности	Содержание учебного материала	2	1,2
	Область профессиональной деятельности менеджера (обеспечение эффективного управления организацией, организация систем управления). Объект профессиональной деятельности (организации экономической сферы, социальной, производственной, подразделения управления акционерных обществ, частных фирм, проектные организации). Основные виды профессиональной деятельности менеджера (управленческая, организационная, экономическая, маркетинговая, проектно-исследовательская и т.д.).		
	Самостоятельная работа обучающихся: 5. Составление структурно-аналитической таблицы «Описание внешней и внутренней среды для предприятия, работающего на рынке недвижимости» (матрица SWOT-анализа).		
Раздел 2 Основы маркетинга		34	
Тема 2.1 Маркетинг – рыночная концепция управления	Содержание учебного материала	2	1,2
	Понятие маркетинга. История формирования концепций маркетинга. Функции и цели маркетинга. Принципы маркетинга		
	Самостоятельная работа обучающихся: 6. Создание презентаций по теме «Концепции маркетинга».	2	3
Тема 2.2 Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала	4	1,2
	Понятие и роль маркетинговой информации. Содержание процесса маркетинговых исследований. Маркетинговая среда		

Тема 2.3 Комплексное изучение рынка	Содержание учебного материала	4	1,2
	Рынок как объект маркетинга. Потребности, спрос и покупательское поведение как объекты маркетинга. Конкуренты как объект маркетинга. Конъюнктура рынка недвижимости, динамика спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.		
	Самостоятельная работа обучающихся: 7. Подготовка доклада по теме «Маркетинговые исследования рынка».	4	3
Тема 2.4 Сегментация и выбор целевого рынка	Содержание учебного материала	4	1
	Сегментация рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке.		
	Практические занятия: 4. Освоение методов маркетинговых исследований на примере составления анкет. Анализ маркетингового исследования отдельного сегмента рынка. Выбор позиции на рынке.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: 8. Составление тематического конспекта «Анализ рынка недвижимости, его сегментация, определение позиционирования фирм на рынке».	2	3
Тема 2.5 Ценовая политика	Содержание учебного материала	2	1,2
	Факторы, определяющие ценовую политику. Методы определения уровня цены. Виды ценовой стратегии. Классификация цен. Стратегия и тактика ценообразования.		
Тема 2.6 Маркетинговые стратегии. Особенности маркетинга в земельно- имущественных отношениях	Содержание учебного материала	4	1
	Общая стратегия и стратегия маркетинга. Конкурентные маркетинговые стратегии. Стратегии маркетинга и рыночный спрос. Выбор стратегии маркетинга.		
	Практические занятия: 5. Определение ценовой стратегии и тактики для заданной организации. Составление комплекса маркетинга для предприятия, действующего на рынке недвижимости.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: 9. Составление структурно-аналитической таблицы «Разработка комплекса маркетинга для предприятия, работающего на рынке недвижимости».	2	3
Всего (максимальная учебная нагрузка):		75	

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

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения и оснащение:

Тип и наименование специального помещения	Оснащение специального помещения
Кабинета «Менеджмента и маркетинга»	Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации. Учебно-методическая документация, дидактические средства.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ Договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 (подписка Imagine Premium)	Д-1227 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Windows 7 (подписка Imagine Premium)	Д-757-17 от 27.06.2017	27.07.2018
MS Windows 7 (подписка Imagine Premium)	Д-593-16 от 20.05.2016	20.05.2017
MS Windows 7 (подписка Imagine Premium)	Д-1421-15 от 13.07.2015	13.07.2016
MS Office 2007	№135 от 17.09.2007	бессрочно
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Стандартный	Д-1347-17 от 20.12.2017	21.03.2018
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Стандартный	Д-1481-16 от 25.11.2016	25.12.2017
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Стандартный	Д-2026-15 от 11.12.2015	11.12.2016
7 Zip	свободно распространяемое	бессрочно

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Маркетинг / Алексунин В.А., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 216 с.: ISBN 978-5-394-02296-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=511979>

2. Маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. — 2-е изд. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 320 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=977930>

3. Менеджмент [Электронный ресурс]: Учебник для ср. спец. учеб. заведений / Виханский О. С., Наумов А. И. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 288 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=983988>

4. Менеджмент [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 197 с. — (Среднее профессиональное образование). — www.dx.doi.org/10.12737/23638. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=996382>

Дополнительные источники:

1. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. В.П. Федыко. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : ИНФРА-М : Академ-центр, 2017. — 368 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=881385>
2. Менеджмент [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.В. Райченко, И.В. Хохлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 342 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=950972>
3. Журнал Менеджмент в России и за рубежом

Интернет-ресурсы:

1. КонсультантПлюс. Официальный сайт компании «Консультант-Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный.– Загл. с экрана. Яз. рус.
2. Библиотека ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.mgtu.ru>, свободный.– Загл. с экрана. Яз. рус.
3. LIBRARY.RU 2.4. Ресурсы интернета. Каталог сайтов периодических изданий, электронные версии журналов. – Режим доступа: <http://www.library.ru/2/catalogs/periodical/?sec=48>, свободный.– Загл. с экрана. Яз. рус.
4. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». – Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru>, свободный.– Загл. с экрана. Яз. рус.
5. Economicus.ru. Образовательно-справочный сайт по экономике. – Режим доступа: <http://www.economicus.ru>, свободный.– Загл. с экрана. Яз. рус.

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<i>Уметь:</i>	
1. планировать и организовывать работу подразделения	<ul style="list-style-type: none"> – Формализованное наблюдение и оценка результатов практической работы № 1. – Наблюдение за ходом подготовки к деловой игре и оценка участия в ней. – Оценка результатов контрольной работы №1.
2. формировать организационные структуры управления	<ul style="list-style-type: none"> – Формализованное наблюдение и оценка результатов практической работы № 2. – Оценка результатов контрольной работы №1.
3. разрабатывать мотивационную политику организации	<ul style="list-style-type: none"> – Формализованное наблюдение и оценка результатов практической работы № 2. – Оценка ситуационных задач (кейсы). – Оценка результатов контрольной работы №1.
4. применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	<ul style="list-style-type: none"> – Формализованное наблюдение и оценка результатов практической работы № 3. – Оценка ситуационных задач (кейсы). – Оценка результатов контрольной работы №1.
5. принимать эффективные решения, используя систему методов управления	<ul style="list-style-type: none"> – Формализованное наблюдение и оценка результатов практической работы № 3. – Оценка ситуационных задач (кейсы). – Наблюдение за ходом подготовки к деловой игре и оценка участия в ней. – Оценка результатов контрольной работы №1.
6. учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях	<ul style="list-style-type: none"> – Формализованное наблюдение и оценка результатов практической работы № 5. – Оценка ситуационных задач (кейсы). – Оценка результатов выполнения самостоятельной работы № 9 (составление структурно-аналитической таблицы). – Оценка результатов контрольной работы №2.
7. анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование	<ul style="list-style-type: none"> – Формализованное наблюдение и оценка результатов практической работы № 4. – Оценка результатов контрольной работы №2.
8. определять стратегию и тактику относительно ценообразования	<ul style="list-style-type: none"> – Формализованное наблюдение и оценка результатов практической работы № 5. – Оценка ситуационных задач (кейсы). – Оценка результатов контрольной работы №2.

<i>Знать:</i>	
1. сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка теоретических знаний по результатам устного опроса. – Оценка результатов тестового контроля. – Оценка результатов выполнения самостоятельной работы № 1 (подготовка доклада). – Оценка результатов контрольной работы №1.
2. особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка теоретических знаний по результатам устного опроса. – Оценка результатов выполнения самостоятельной работы № 5 (составление структурно-аналитических таблиц). – Оценка результатов контрольной работы №1.
3. внешнюю и внутреннюю среду организации	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка теоретических знаний по результатам устного опроса. – Оценка результатов тестового контроля. – Оценка результатов контрольной работы №1.
4. цикл менеджмента	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка теоретических знаний по результатам устного опроса. – Оценка результатов тестового контроля. – Оценка результатов контрольной работы №1.
5. процесс принятия и реализации управленческих решений	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка результатов тестового контроля. – Оценка результатов контрольной работы №1.
6. функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка теоретических знаний по результатам устного опроса. – Оценка результатов тестового контроля. – Оценка результатов контрольной работы №1.
7. систему методов управления	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка теоретических знаний по результатам устного опроса. – Оценка результатов тестового контроля. – Оценка результатов выполнения самостоятельной работы 2 (составление структурно-аналитических таблиц). – Оценка результатов контрольной работы №1.
8. методику принятия решений	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка теоретических знаний по результатам устного опроса. – Оценка результатов тестового контроля. – Оценка результатов контрольной работы №1.
9. стили управления, коммуникации, деловое общение	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка теоретических знаний по результатам устного опроса. – Оценка результатов тестового контроля. – Оценка результатов выполнения самостоятельной работы № 3 (подготовка к семинару). – Оценка результатов выполнения самостоятельной работы № 4 (составление глоссария). – Оценка результатов контрольной работы №1.
10. сущность и функции	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка теоретических знаний по результатам устного

маркетинга	<p>опроса.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Оценка результатов тестового контроля. – Оценка результатов выполнения самостоятельной работы № 6 (создание презентаций). – Оценка результатов контрольной работы №2.
11. конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка теоретических знаний по результатам устного опроса. – Оценка результатов тестового контроля. – Оценка результатов выполнения самостоятельной работы № 7 (подготовка доклада). – Оценка результатов выполнения самостоятельной работы № 8 (составление тематического конспекта). – Оценка результатов контрольной работы №2.
	<p>Промежуточная аттестация в форме комплексного экзамена с дисциплиной экономика организации</p>

АКТИВНЫЕ И ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ

1. Активные и интерактивные методы используются при проведении теоретических и практических занятий:

Раздел/тема	Применяемые активные и интерактивные методы	Краткая характеристика
Раздел 1 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА		
Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития	Проблемная лекция	Проблемы развития современного менеджмента в России. Лекция с применением структурно-логической схемы.
Тема 1.2. Внешняя и внутренняя среда организации	Лекция-визуализация	В данном типе лекции передача преподавателем информации студентам сопровождается показом различных рисунков, структурно-логических схем, опорных конспектов, диаграмм и т. п. с помощью ТСО.
	Коллективная мыслительная деятельность (работа в малых группах в рамках деловой игры)	1 этап – формулируется цель игры и дается необходимая информация. 2 этап – самостоятельная работа обучающихся в малых группах. 3 этап – межгрупповая дискуссия.
Тема 1.3. Цикл менеджмента: организация, планирование, мотивация и контроль	Анализ конкретной ситуации «Разработка мотивационной политики организации»	На первом этапе, работая в малых группах, обучающиеся определяют мотивационную политику организации. На втором этапе - обсуждение и поиск решения проблемы, чья политика лучше.
Тема 1.5. Коммуникационные процессы в менеджменте	Семинар «Современные тенденции в развитии коммуникаций»	1. Подготовка к семинару в малых группах 2. Обсуждение вопросов семинара 3. Подведение итогов
Тема 1.6. Принятие и реализация управленческих решений	Коллективная мыслительная деятельность (работа в малых группах в рамках деловой игры)	1 этап – формулируется цель игры и дается необходимая информация. 2 этап – самостоятельная работа обучающихся в малых группах. 3 этап – межгрупповая дискуссия.
Тема 1.7. Стили управления	Дискуссия «Самый оптимальный стиль управления»	Обучающиеся характеризуют каждый стиль управления, приводя доводы «за» и «против». Дискуссия заканчивается, когда обучающиеся приходят к общему выводу.
Тема 1.8. Деловое и	Анализ конкретных	На первом этапе, работая в малых

управленческое общение	ситуаций «Руководитель – подчиненный: принятие решений»	группах, обучающиеся определяют возможные варианты решений. На втором этапе - обсуждение и поиск решения проблемы.
Раздел 2 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА		
Тема 2.1 Маркетинг – рыночная концепция	Анализ конкретных ситуаций «Определение концепций маркетинга в конкретных ситуациях»	На первом этапе, работая в малых группах, обучающиеся определяют возможные варианты решений. На втором этапе - обсуждение и поиск решения проблемы.
Тема 2.2. Маркетинговые исследования	Лекция-диалог	Содержание подается через серию вопросов, на которые студенты должны отвечать непосредственно в ходе лекции.
Тема 2.3. Комплексное изучение рынка	Анализ конкретной ситуации «Выявление факторов покупательского поведения. Определение конкурентных преимуществ»	На первом этапе, работая в группах, обучающиеся определяют возможные варианты решений. На втором этапе - обсуждение и поиск решения проблемы.
Тема 2.4. Сегментация и выбор целевого рынка	Лекция-визуализация	В данном типе лекции передача преподавателем информации студентам сопровождается показом различных рисунков, структурно-логических схем, опорных конспектов, диаграмм и т. п. с помощью ТСО.
Тема 2.5 Ценовая политика	Лекция-визуализация, с разбором конкретных ситуаций	В данном типе лекции передача преподавателем информации студентам сопровождается показом различных рисунков, структурно-логических схем, опорных конспектов, диаграмм и т. п. с помощью ТСО.

ПЕРЕЧЕНЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Разделы/темы	Темы практических занятий	Количество часов	Требования ФГОС СПО (уметь)
Раздел 1. ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА		6	
Тема 1.2 Внешняя и внутренняя среда организации	№ 1 Анализ факторов внешней и внутренней среды. Решение ситуационных задач. Разработка стратегии для заданной организации. Составление внутрифирменного плана на основе SWOT-анализа.	2	У1
Тема 1.3 Цикл менеджмента: организация, планирование, мотивация и контроль	№ 2 Разработка организационных структур для заданных организаций. Разработка мотивационной политики организации.	2	У2, У3
Тема 1.6 Принятие и реализация управленческих решений	№ 3 Разработка схем процесса принятия управленческих решений с использованием системы методов управления: анализ конкретных ситуаций. Разработка технологии проведения делового совещания; организация проведения переговоров для конкретной заданной ситуации.	2	У4, У5
Тема 1.8 Деловое и управленческое общение			
Раздел 2. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА		4	
Тема 2.2. Маркетинговые исследования	№ 4 Освоение методов маркетинговых исследований на примере составления анкет. Анализ маркетингового исследования отдельного сегмента рынка. Выбор позиции на рынке.	2	У7
Тема 2.4 Сегментация и выбор целевого рынка			
Тема 2.5 Ценовая политика	№ 5 Определение ценовой стратегии и тактики для заданной организации. Составление комплекса маркетинга для предприятия, действующего на рынке недвижимости.	2	У6, У8
Тема 2.6 Маркетинговые стратегии. Особенности маркетинга в земельно-имущественных отношениях			
ИТОГО		10	

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ

№ п/п	Раздел рабочей программы	Краткое содержание изменения/дополнения	Дата, № протокола заседания ПЦК	Подпись председателя ПЦК
		Рабочая программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» актуализирована. В рабочую программу внесены следующие изменения:		
1	Титульный лист	На основании приказа ректора ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова» № 10-30/465 от 17.07.2018 г. текст «Министерство образования и науки» заменить на текст «Министерство науки и высшего образования Российской Федерации»	12.09.2018 г., Протокол №1	
2	3.2 Информационное обеспечение обучения	<p>В связи с заключением контрактов со сторонними электронными библиотечными системами «Юрайт» (Контракт Юрайт ЭБС www.biblio-online.ru №К-55-19 от 05.08.2019), «BOOK.RU» (Контракт КноРус медиа ЭБС BOOK.ru № К-52-19 от 05.08.2019), «Консультант студента» (Контракт Политехресурс Консультант студента ЭБС К 50-19 от 05.08.2019) и обновлением платформы электронной библиотечной системы «Знаниум» раздел 3.2 Рабочей программы читать в новой редакции:</p> <p style="text-align: center;">Основная литература</p> <ol style="list-style-type: none"> Алексунин, В. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / В. А. Алексунин. - 6-е изд. - Москва: Дашков и К, 2017. - 216 с.: ISBN 978-5-394-02296-8 - Режим доступа: https://new.znanium.com/read?id=276574 Виханский, О. С. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для ср. спец. учеб. заведений / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 288 с. - Режим доступа: https://new.znanium.com/read?id=329753 Герасимов, Б. И. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, М. В. Жарикова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 320 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: https://new.znanium.com/read?id=329575 <p style="text-align: center;">Дополнительная литература</p> <ol style="list-style-type: none"> Мазилкина, Е. И. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. И. Мазилкина. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 197 с. — (Среднее профессиональное образование). — Режим доступа: https://new.znanium.com/read?id=330964 Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. В.П. Федько. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М : Академ-центр, 2017. — 368 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: https://new.znanium.com/read?id=39720 Райченко, А. В. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Райченко, И. В. Хохлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 342 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: https://new.znanium.com/read?id=304502 	11.09.2019 г. Протокол №1	
3	3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	<p>В связи с обновлением материально-технического обеспечения п. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению читать в новой редакции:</p> <p>Кабинет Маркетинга</p> <p>Учебная аудитория для проведения учебных, практических занятий, для самостоятельной работы, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Рабочее место преподавателя: переносной мультимедийный комплекс: ноутбук, экран, проектор, рабочие места обучающихся, доска учебная, учебная мебель</p>	16.09.2020 г. Протокол № 1	

		<p>MS Windows (подписка ImaginePremium) договор Д-1227 от 08.10.2018, срок действия: 11.10.2021</p> <p>CalculateLinuxDesktop свободно распространяемое ПО (https://www.calculate-linux.org/ru/), срок действия: бессрочно</p> <p>MS Office №135 от 17.09.2007, срок действия: бессрочно</p> <p>7 Zip свободно распространяемое (https://www.7-zip.org/), срок действия: бессрочно</p> <p>Кабинет Менеджмента</p> <p>Учебная аудитория для проведения учебных, практических занятий, для самостоятельной работы, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации.</p> <p>Рабочее место преподавателя: переносной мультимедийный комплекс: ноутбук, экран, проектор, рабочие места обучающихся, доска учебная, учебная мебель</p> <p>MS Windows (подписка ImaginePremium) договор Д-1227 от 08.10.2018, срок действия: 11.10.2021</p> <p>CalculateLinuxDesktop свободно распространяемое ПО (https://www.calculate-linux.org/ru/), срок действия: бессрочно</p> <p>MS Office №135 от 17.09.2007, срок действия: бессрочно</p> <p>7 Zip свободно распространяемое (https://www.7-zip.org/), срок действия: бессрочно</p>		
4	3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	<p>В связи с заключением контрактов со сторонними электронными библиотечными системами “Юрайт” (Контракт № К-55-20 от 25.08.2020 г. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ», 01.09.2020 г. по 31.08.2021 г.), “BOOK.RU” (Контракт № К-56-20 от 25.08.2020 г. ООО «КноРус медиа», 01.09.2020 г. по 31.08.2021 г.), «Академия» (Лицензионный договор № К-27-20 / ЭБ-20 от 20.02.2020 г. Официальный дилер Издательства «Академия» ИП Бурцева Антонина Петровна, 20.02.2020 по 31.03.2023 г.), ЭБС ЛАНЬ (Контракт № К-58-20 от 13.08.2020 г. ООО «Издательство ЛАНЬ», 01.09.2020 г. по 31.08.2021 г.), ЭБС ЗНАНИУМ (Контракт № К-60-20 от 13.08.2020 г. ООО «ЗНАНИУМ», 01.09.2020 г. по 31.08.2021 г.) п. Информационное обеспечение обучения читать в новой редакции:</p> <p style="text-align: center;">Основная литература</p> <ol style="list-style-type: none"> Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/452215 Виханский, О. С. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для ср. спец. учеб. заведений / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 288 с. - Режим доступа: https://new.znanium.com/read?id=329753 Герасимов, Б. И. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, М. В. Жарикова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 320 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: https://new.znanium.com/read?id=329575 <p style="text-align: center;">Дополнительная литература</p> <ol style="list-style-type: none"> Мазилкина, Е. И. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. И. Мазилкина. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 197 с. — (Среднее профессиональное образование). — Режим доступа: https://new.znanium.com/read?id=330964 Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. В.П. Федько. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М : Академ-центр, 2017. — 368 с. — 	16.09.2020 г. Протокол № 1	

		(Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: https://new.znaniium.com/read?id=39720		
		3. Райченко, А. В. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Райченко, И. В. Хохлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 342 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: https://new.znaniium.com/read?id=304502		