**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение**

**Московской области**

**«Воскресенский колледж»**

**Аннотация к рабочей программе дисциплины ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга»**

**Специальность 21.02.05 Земельно-имущественные отношения**

**Содержание**

1. Программа учебной дисциплины ОП.04 «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения», утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05. 2014 года № 486

2. Учебная дисциплина ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга» является обязательной частью профессионального цикла основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

3. В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

1. Сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;

2. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);

3. Внешнюю и внутреннюю среду организации;

4. Цикл менеджмента;

5. Процесс принятия и реализации управленческих решений;

6. Функции менеджмента в рыночной экономике:

7. Организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;

8. Систему методов управления;

9. Методику принятия решений;

10. Стили управления, коммуникации, деловое общение;

11. Сущность и функции маркетинга;

12. Конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив;

13. Планировать и организовывать работу подразделения;

14. Формировать организационные структуры управления;

15. Разрабатывать мотивационную политику организации;

16. Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;

17. Принимать эффективные решения, используя систему методов управления;

18. Учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;

19. Анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;

20. Определять стратегию и тактику относительно ценообразования.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими общими компетенциями (далее — 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.

Профессиональными компетенциями (далее ПК):

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.

4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы:

**Вид учебной работы Всего часов**

**Объем образовательной программы учебной дисциплины** 102

в т.ч:

теоретическое обучение 68

самостоятельная работа обучающегося 34

**Промежуточная аттестация в форме экзамена в 3 семестре 6**

5. Наименование разделов и тем:

Тема 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента

Тема 2. Внутренняя и внешняя среда организации

Тема 3. Типы организационных структур

Тема 4. Цикл менеджмента

Тема 5. Принципы и методы управления

Тема 6. Коммуникации в менеджменте

Тема 7. Управленческие решения

Тема 8. Стиль руководства и деловое общение

Тема 9. Система управления персоналом организации

Тема 10. Эволюция и концепция маркетинга

Тема 11. Принципы, методы и функции маркетинга

Тема 12. Маркетинговая среда организации

Тема 13. Товарная политика в маркетинге

Тема 14. Ценовая политика в маркетинге

Тема 15. Продвижение товаров и услуг

Контроль результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе практических занятий, контрольной и самостоятельной работы.

При планировании реализации учебной дисциплины проводится промежуточная аттестация и текущий контроль индивидуальных образовательных достижений. Текущий контроль проводится в процессе проведения практических занятий, устного опроса и выполнения обучающимися практических работ.

Для промежуточной аттестации, текущего и итогового контроля преподавателем создаются фонды оценочных средств. Фонды оценочных средств включают в себя различные дидактические контрольно-измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия или несоответствия индивидуальных образовательных достижений основным показателям оценки результатов подготовки.