**Приложение № 1.26**

к ОПОП по *специальности*

***21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»***

Министерство образования Московской области

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

Московской области «Воскресенский колледж»

|  |
| --- |
| Утверждена приказом директора  ГБПОУ МО «Воскресенский колледж» |
| № 182-о от 30.08.2022 |

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 основы менеджмента и маркетинга

Воскресенск, 2022 г.

Программа учебной дисциплины ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга 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 мая 2014 года № 486

Организация-разработчик: ГБПОУ МО «Воскресенский колледж»

Разработчик: преподаватель ГБПОУ МО «Воскресенский колледж» Климова Л.И.

***СОДЕРЖАНИЕ***

|  |  |
| --- | --- |
| **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |  |
| **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |  |
| **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |  |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга»**

**1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:**

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

**1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код  ОК, ПК | Умения | Знания |
| ОК 01,  ОК0 2,  ОК 03,  ОК 04,  ОК 05,  ОК 06, ОК 07,  ОК 0 8, ПК 1.4, ПК 3,1 | 1. Планировать и организовывать работу подразделения;  2. Формировать организационные структуры управления;  3. Разрабатывать мотивационную политику организации;  4. Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;  5. Принимать эффективные решения, используя систему методов управления;  6. Учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;  7. Анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;  8. Определять стратегию и тактику относительно ценообразования; | 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 |

**1.3. Распределение планируемых результатов освоения дисциплины:**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код  ОК, ПК, ЛР | Наименование | Умения | Знания |
| ОК 01 | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | 1. Планировать и организовывать работу подразделения; | 2. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); |
| ОК 02 | Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности. | 1.Планировать и организовывать работу подразделения;  2. Формировать организационные структуры управления; | 7. Организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; |
| ОК 03 | Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | 5. Принимать эффективные решения, используя систему методов управления; | 12. Конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив |
| ОК 04 | Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях. | 5. Принимать эффективные решения, используя систему методов управления;  7. Анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; | 9. Методику принятия решений;  4. Цикл менеджмента; |
| ОК 05 | Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | 3. Разрабатывать мотивационную политику организации;  4. Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; | 12. Конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив |
| ОК 06 | Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | 1. Планировать и организовывать работу подразделения; | 2. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);  9. Методику принятия решений;  8. Систему методов управления; |
| ОК 07 | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | 3. Разрабатывать мотивационную политику организации;  4. Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; | 8.Систему методов управления;  5. Процесс принятия и реализации управленческих решений; |
| ОК 08 | Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности. | 1. Планировать и организовывать работу подразделения;  7.Анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; | 7. Организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; |
| ПК 1.4 | Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории. | 7.Анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;  8. Определять стратегию и тактику относительно ценообразования; | 7. Организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;  3. Внешнюю и внутреннюю среду организации; |
| ПК 3.1 | Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы. | 5. Принимать эффективные решения, используя систему методов управления; | 12. Конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив |
| ЛР 1 | Осознающий себя гражданином и защитником великой страны | | |
| ЛР 5 | Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России | | |
| ЛР 10 | Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой | | |

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем в часах** |
| **Объем образовательной программы учебной дисциплины** | 102 |
| в т. ч.: | |
| теоретическое обучение | 68 |
| практические занятия | - |
| самостоятельная работа | 34 |
| **Промежуточная аттестация в форме экзамена 3 семестр** | 6 |

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся** | **Объем**  **в часах** | **Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы** |
| **1** | ***2*** | ***3*** |  |
| **Тема 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента** | **Содержание учебного материала** | **4** | ОК 1- ОК 3 ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| **1.** Содержание дисциплины, связь с другими дисциплинами, значение дисциплины для подготовки специалистов. | 4 |
| **2.** Понятие менеджмента, его сущность, история развития, современные подходы: количественный, процессный, системный. Ситуационный. |
| **Тема 2. Организация. Внутренняя и внешняя среда организации** | **Содержание учебного материала** | **4** | ОК 3- ОК4  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 1. Понятие организации. Виды организаций: формальные и неформальные. | 4 |
| **2.** 2. Внешняя и внутренняя среда организации. Факторы прямого и косвенного воздействия. |
| **Тема 3.**  **Типы организационных структур** | **Содержание учебного материала** | **4** | ОК 5, ПК 1.4  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 1.Организационные структуры управления: линейная, линейно-штабная, функциональная. | 4 |
| 2.Принципы построения структур. |
| **Тема 4.**  **Цикл менеджмента** | **Содержание учебного материала** | **8** | ОК 1-5, ПК 1.4,ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 1. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация и контроль. | 8 |
| 2. Виды планов и формы планирования. |
| 3. Современные теории мотивации. |
| 4. Этапы процесса контроля, виды контроля. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  1. Сбор и анализ информации для составления плана  2. Доклад на тему: «Применение мотивационных теорий в современной практике управления» | **4** |
| **Тема 5.**  **Принципы и методы управления** | **Содержание учебного материала** | **4** | ОК 5, ПК 1.4 ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 1. Основные методы управления: административные, экономические, социально-психологические. | 4 |
| 2. Достоинства и недостатки методов управления. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  3 Составление структурно-логической схемы: «Достоинства и недостатки методов управления» | **2** |
| **Тема 6.**  **Коммуникации в менеджменте** | **Содержание учебного материала** | **4** | ОК 1-8, ПК 3.1  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 1. Понятие коммуникации. Виды коммуникации: внутренние и внешние. | 4 |
| 2. Элементы коммуникационого процесса: отправитель, получатель, сообщение. Эффективные системы коммуникаций. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  4 Составление плана бесед и переговоров.  5 Конспектирование материала по вопросу: «Межличностные коммуникации» | **4** |
| **Тема 7.**  **Управленческие решения** | **Содержание учебного материала** | **4** | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 10 |
| 1. Понятие и виды управленческих решений. Процесс принятия решений. | 4 |
| 2. Методы принятия решений: формальный, неформальный. |
| **Тема 8.**  **Стиль руководства и деловое общение** | **Содержание учебного материала** | **4** | ОК 2-6, ПК 1.4  ЛР 5, ЛР 10 |
| 1. Власть и виды власти: демократическая, либеральная, бюрократическая. | 4 |
| 2. Стили руководства и их эффективность. Должностные обязанности, виды делового общения. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  6 Разработка плана бесед и переговоров.  7 Конспектирование материала по вопросу: «Основные критерии и показатели эффективности управления» | **4** |
| **Тема 9.**  **Система управления персоналом организации** | **Содержание учебного материала** | **4** | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 10 |
| 1. Определение «управление персоналом», трудовые ресурсы, трудовой потенциал. Методы управления персоналом. | 4 |
| 2. Государственная система управления трудовыми ресурсами |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  8 Составление структурно-логической схемы: « Внутренние и внешние источники привлечения персонала».  9 Составление резюме, разработка эффективной системы оплаты труда | **4** |
| **Тема 10.**  **Принципы, функции, концепции маркетинга** | **Содержание учебного материала** | **6** | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 1. Сущность и характерные черты современного маркетинга. Виды маркетинговой концепции, тенденции развития маркетинга в России. | 6 |
| 2. Принципы и методы маркетинга. |
| 3. Функции маркетинга. Виды рынков. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  10 Конспектирование вопроса: « Методы прогнозирования в маркетинге»  11 Построение структурно-логической схемы по вопросу: Функции маркетинга» | **4** |
| **Тема 11.**  **Маркетинговая среда организации** | **Содержание учебного материала** | **4** | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 1. Элементы маркетинга и их компоненты. Планирование и контроль маркетинга. | 4 |
| 2. Маркетинговая деятельность, факторы микро-и макросреды. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  12 Составление и заполнение таблицы: «Характеристика факторов внешней среды маркетинговой системы».  13 Составление таблицы «Виды маркетингового контроля». | **4** |
| **Тема 12.**  **Товарная политика в маркетинге** | **Содержание учебного материала** | **6** | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 10 |
| 1. Классификация товаров. | 6 |
| **2.** Ассортимент и его виды: промышленный, торговый, комбинированный. Товарные знаки. |
| 3. Штриховое кодирование товаров. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  14 Разработка товарного знака (по выбору студента).  15 Разработка макета упаковки товара. | **4** |
| **Тема 13.**  **Ценовая политика в маркетинге** | **Содержание учебного материала** | **6** | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 1, ЛР 5, ЛР 10 |
| 1. Ценовая политика организации. | 6 |
| 2.Структура цены. Виды цен. |
| 3. Определение цены н товар при различных методах ценообразования. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  16 Проведение маркетинговых исследований в области цен на конкретные группы товаров ( по регионам).  17 Конспектирование вопроса: «Выбор способов установления цены». | **4** |
| **Тема 14.**  **Продвижение товаров и услуг на рынок** | **Содержание учебного материала** | **6** | ОК 1-8, ПК 1.4  ЛР 10 |
| 1. Понятие продвижения товаров и услуг. | 6 |
| 2. Основные виды продвижения, их характеристики. |
| 3. Реклама и рекламный процесс. |
| **Промежуточная аттестация в форме экзамена (3 семестр)** | | 6 | |
| **Всего:** | | **102** | |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

кабинеты -«Менеджмента», «Маркетинга»

оснащенный оборудованием:

-столы ученические -15 шт.

-стулья -30 шт.

-стол учительский -1 шт.

-доска -1 шт.

техническими средствами :

-компьютер -1 шт.

методическими материалами:

-комплект бланков и документов;

-комплект учебно-методических материалов;

-комплект оценочных средств.

**3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

**3.2.1 Основные печатные издания**

1. Алексунин В.А Маркетинг: учебник СПО — М: Дашков и К, 2019г.-200с

2. Драчева Е.Л. Юликов Л.И Менеджмент: практикум, учебное пособие СПО — М: Академия, 2019г.-288с

3.Драчева Е.Л. Юликов Л.И Менеджмент: учебник СПО- М: Академия, 2020г.-288с.

4. Сухов В.Д Основы менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях: учебник СПО — М: Академия, 2019.-240с

5. Конспект лекций

**3.2 Основные электронные издания**

1. [http://eup.ru](http://eup.ru/) Научно~~-~~ образовательный портал Экономика и управление на предприятиях

2. https//www.kommersant.ru -Информационный сайт Коммерсант.ру

**3.2.3 Дополнительные источники**

1. Котляров И.Д Маркетинг: учебное пособие — М: Экспо, 2019г.-240с

2. Полукарпов В.Л Основы менеджмента: учебное пособие -М: ИНФРА М, 2019г.240с

3. Семенов А.К, Набоков В.И Основы менеджмента : учебник М: Академия~~,~~ 2019г.556с

4. Тихомирова О.Г Варламов Б.А Менеджмент организации: Теория, история, практика: Учебное пособие,- М.; НИЦ ИНФРА М, 2019.256с.

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты обучения** | **Критерии оценки** | **Методы оценки** |
| **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 | Полноту представления о процессе эволюции менеджмента как науки управления  85-100% правильных ответов «отлично»  69-84% правильных ответов-»хорошо»  51-68% правильных ответов-»удовлетворительно»  50% и менее –«неудовлетворительно»  Овладение элементами микро и макро среды организации и понимание их влияния на ее стратегическое состояние;  полнота представления о динамике развития организации по фазам жизненного цикла.  Знание признаков управленческого решения, видов управленческих решений, полнота представления о культуре решения проблем в организации  Получение полноты представления о маркетинге, о спросе и предложении, о рынках и конъюнктуре рынка | Тестирование, устный опрос, дифференцированный опрос, индивидуальный, фронтальный, графологический диктант, защита самостоятельной внеаудиторной работы |
| **Умения:**  1. Планировать и организовывать работу подразделения;  2. Формировать организационные структуры управления;  3. Разрабатывать мотивационную политику организации;  4. Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;  5. Принимать эффективные решения, используя систему методов управления;  6. Учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;  7. Анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;  8. Определять стратегию и тактику относительно ценообразования. | Правильно планировать деятельность отдельных работников, их должностных обязанностей, грамотное применение самоменджмента и тайм-менеджмента.  Правильность применения этических нормативов и элементов делового этикета для повседневной деятельности.  Грамотное использование кейс-методов для решения проблем и конкретных ситуаций, эффективность применения стратегических либо тактических методов решения проблем в организации.  Получение полноты представления о стратегии и тактике ценообразования , об осуществлении сегментации и позиционировании товара на рынке  Овладение методикой расчета цены на товар при различных методах ценообразования | Выполнение домашнего задания, самостоятельной внеаудиторной работы, контрольные практические работы по темам курса, выполнение и защита рефератов |