

Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение
«Академия управления городской средой, градостроительства и печати»

ПРИНЯТО

На заседании педагогического совета

Протокол № 2.....

« 02 » 02 2021 г



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Основы менеджмента и маркетинга

для специальности

21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

базовая подготовка

Санкт-Петербург
2021г.

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»

Рассмотрена на заседании методического совета

Протокол №.....

«25» 06 2021 г

Одобрена на заседании цикловой комиссии

Экономики и сервиса

№9 от 25.06.21.....

председатель цикловой комиссии:



Е.Г. Оболенская

Разработчик:

Батурин В. В. , преподаватель СПб ГБПОУ «Академия управления городской средой, градостроительства и печати

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|------|
| | стр. |
| 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 4 |
| 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 6 |
| 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 9 |
| 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 10 |

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы менеджмента и маркетинга

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины Основы менеджмента и маркетинга является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» (базовая подготовка)

Рабочая программа курса может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке по специальности.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина входит в профессиональный учебный цикл.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины в соответствии ФГОС СПО :

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.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **формировать 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. – Организовать 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 её сплочение, эффективно обращаться 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.

Распределение вариативной части ФГОС по темам дисциплины

| Наименование дисциплины | Добавлено практических занятий | | Добавлено тематики | |
|---------------------------------|--------------------------------|---|--------------------|---|
| | Кол-во часов | Дополнительные умения/ углубление подготовки | Кол-во часов | Дополнительные знания/ углубление подготовки |
| Основы менеджмента и маркетинга | 10 | Уметь Т 1.2 (2 часа) - проводить стратегический анализ внешней макросреды (STEP), ситуационный анализ (SWOT); Т 2.2 (2 часа) - ставить личные и деловые цели, соблюдая SMART-критерии постановки цели; Т 2.2 (2 часа) - декомпозировать цели на тактические задачи, строить диаграмму Ганта для проекта; Т 2.2 (2 часа) - находить пути повышения эффективности рабочей группы; Т 2.2 (2 часа) - выявлять проблему и разрабатывать управленческое решение по ней. | 10 | Знать Т 1.1 (2 часа) - основные актуальные научные подходы к исследованию менеджмента: системный, ситуационный, процессный; Т 1.1 (2 часа) – основы стратегического менеджмента Т 2.2 (6 часа) – связующие функции менеджмента: принятие решений, коммуникация, разрешение конфликтов |

1.4. Количество часов на освоение учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 76 часа, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 50 часов; самостоятельной работы обучающегося 26 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Объем часов/зач. единиц |
|--|-------------------------|
| Максимальная учебная нагрузка (всего) | 76/2.11 |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) | 50/1.39 |
| в том числе: | |
| практические занятия | 18 |
| контрольные работы | |
| Самостоятельная работа обучающегося (всего) | 26 |
| <i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</i> | |

2.2 единиц. Тематический план и содержание учебной дисциплины Основы менеджмента и маркетинга

| Наименование разделов | Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся | Объем часов/зач | Уровень освоения |
|---|---|-----------------|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Раздел 1. Теория менеджмента | | 12 | |
| Тема 1.1. Основные понятия и принципы менеджмента | Содержание учебного материала | 12 | |
| | 1.Сущность менеджмента. Понятие организации. Процесс управления в организации | | 1 |
| | 2.Эволюция управленческой мысли. Принципы, уровни процесса управления | | 1 |
| | 3.Внутренняя среда организации. Внешняя среда организации. Теория STEP-анализа и SWOT-анализа | 6 | 2 |
| | Практические занятия: Анализ внутренней и внешней среды фирмы (STEP- и SWOT-анализы) | 2 | 3 |
| | Самостоятельная работа обучающихся:подготовка реферата об одном из исследователей менеджмента, о его вкладе в теорию управления | 4 | 3 |
| Раздел 2. Технология менеджмента | | 30 | |
| Тема 2.1. Цикл управления. Основные функции | Содержание учебного материала | | |
| | 1.Функции менеджмента: Планирование и организация как основные функции менеджмента | | 1 |
| | 2.Координация и контроль как основные функции менеджмента. Сущность, виды, принципы | | 1 |
| Тема 2.2. Связующие функции менеджмента | 3.Мотивация как фоновая функция управления. Теории мотивации | 12 | 2 |
| | 4.Групповая динамика и руководство. Виды групп. Конфликты: причины, виды | | 2 |
| | 5.Власть, влияние, лидерство в управлении. Понятие стиля руководства | | 2 |
| | 6.Коммуникация и принятие решений как фоновые функции менеджмента | | 2 |
| | Практические занятия: постановка цели и проверка её по SMART-критериям; декомпозиция цели на тактические задачи, построение диаграммы Ганта для проекта; отработка приемов делового и управленческого общения; задания на выявление проблемы и разработку управленческого решения по ней. | 8 | 3 |
| Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению коммуникационных сетей. Составление конспекта. | | 10 | 3 |

| | | | |
|--|--|-----------|---|
| Раздел 3. Теория маркетинга | | 10 | |
| Тема 3.1. Основные категории маркетинга | Содержание учебного материала | | |
| | 1.Сущность маркетинга. Маркетинговые концепции. Рынок в маркетинге | | 1 |
| | 2. Товар в маркетинге. Уровни товара. Влияние внутренней и внешней среды организации | 4 | 1 |
| | Практические занятия: применение к отдельным продуктам концепций «4р» и «4с» | 2 | 3 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: составление глоссария по теме на следующие термины: виды маркетинга: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, демаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий маркетинг; конъюнктура рынка, рыночный сегмент, рыночное окно. | 4 | 3 |
| Раздел 4. Практический маркетинг | | 24 | |
| Тема 4.1. Исследование и прогнозирование рынка | Содержание учебного материала | | |
| | Анализ рынка как инструмент маркетингового исследования | | 1 |
| | Наблюдение за рынком как инструмент исследования. Отслеживание рынка недвижимости | | 2 |
| | Прогнозирование рынка недвижимости на основе динамики спроса и предложения | 8 | 2 |
| Тема 4.2. Планирование маркетинговой политики организации | Товарная, ценовая, коммуникационная и сбытовая политика: цели, инструменты реализации, особенности сферы земельно-имущественных отношений | | 2 |
| | Практические занятия: изучение конъюнктуры рынка недвижимости, в т.ч. динамики спроса и предложения; составление прогноза развития; осуществление сегментации рынка недвижимости; позиционирование недвижимости; задания на определение стратегии и тактики относительно ценообразования; задания на определение стратегии относительно товара ; задачи на определение товарных и ценовых стратегий фирмы. Маркетинговая политика в сфере ЗИО: цели, инструменты реализации, особенности | 6 | 3 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: покупка газеты «Из рук в руки» с интервалом для практических занятий. Подготовка материалов для анализа. Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебником по изучению приемов стимулирования сбыта (как инструмента коммуникационной политики). Составление конспекта. | 8 | 3 |
| | Зачет | 2 | 3 |
| Всего: | | 76 | |

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебных кабинетов «Менеджмента» и «Маркетинга».

Оборудование учебного кабинета: комплект учебной мебели, классная доска, комплект учебно-методической документации, стенды.

Технические средства обучения: экран, проектор.

Программное обеспечение: программный продукт «Тестинг» - для контроля знаний.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Нормативно – правовые акты

1. Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. № 2300-1

2. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38 - ФЗ

3. Федеральный закон «О товарных знаках» от 1992 г.

Основная литература

Пястолов С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебник / С.М. Пястолов. — Москва : КноРус, 2021. — 246 с. — URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 288 с. — (Среднее профессиональное образование).—URL: <http://znanium.com>. — Режим доступа: по подписке.

Казначевская Г. Б. Менеджмент : учебник / Г.Б. Казначевская. — Москва : КноРус, 2021. — 240 с. — (Среднее профессиональное образование). — URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Казначевская Г. Б. Менеджмент : учебник / Г.Б. Казначевская. — Москва : КноРус, 2019. — 240 с. — (Среднее профессиональное образование). — 50 экз.

Карпова С. В. Основы маркетинга : учебник для СПО / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

Пястолов С. М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Практикум : учебно-практическое пособие / С. М. Пястолов. — Москва : КноРус, 2020. —

193 с. — (Среднее профессиональное образование). — URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Грибов В. Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2021. — 224 с. — (Среднее профессиональное образование). — URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 325 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Парамонова Т.Н. Маркетинг : учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2021. — 189 с.— URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Грибов В. Д. Менеджмент : учебное пособие / В. Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2021. — 275 с. — (Среднее профессиональное образование).— URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Сетков В. И. Менеджмент : учебное пособие / В. И. Сетков. — Москва : КноРус, 2021. — 150 с. — (Среднее профессиональное образование).— URL: <https://www.book.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Райченко А. В. Менеджмент : учебное пособие / А. В. Райченко, И. В. Хохлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 342 с. — (Среднее профессиональное образование). — URL: <http://znanium.com>. — Режим доступа: по подписке.

Интернет-ресурсы:

1. www.cfin.ru/management/chub/index.shtml
2. www/marketing.spb.ru/lib_mm/what_is_mm.htm

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 и промежуточной аттестацией.

Методы контроля направлены на проверку обучающихся:

- } — выполнять условия задания на творческом уровне с представлением собственной позиции;
- } — делать осознанный выбор способов действий из ранее известных;
- } — осуществлять коррекцию (исправление) сделанных ошибок на новом уровне предлагаемых заданий;
- } — работать в группе и представлять как свою, так и позицию группы

| (освоенные умения, усвоенные знания) | контроля и оценки |
|---|--|
| <p>Умения:</p> <p>планировать и организовывать работу подразделения формировать организационные структуры управления разрабатывать мотивационную политику организации применять в профессиональной деятельности приемы делового и управлеченческого 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> | <p>практические занятия, устный опрос, тест – контроль, мониторинг самостоятельной работы обучающихся дифференцированный зачёт</p> |
| <p>Знания:</p> <p>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> | <p>практические занятия, устный опрос, тест – контроль, мониторинг самостоятельной работы обучающихся дифференцированный зачёт</p> |