

**Частное образовательное учреждение
профессионального образования
Брянский техникум управления и бизнеса**



УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧОУ ПО БТУБ
Л.Л.Прокопенко
«08» 08 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

по специальности

21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Брянск 2023

Брянск 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС СПО по специальности **21.02.05 Земельно-имущественные отношения**.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Компетенции	Уметь	Знать
ОК 1 - 8 ПК 1.4, 3.1	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;	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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	39
Объем образовательной программы	64
в том числе:	
теоретическое обучение	19
лабораторные занятия (если предусмотрено)	-
практические занятия (если предусмотрено)	20
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	-

контрольная работа	-
Самостоятельная работа	25
Промежуточная аттестация	Дифф. зачет

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	10
Объем образовательной программы	64
в том числе:	
теоретическое обучение	4
лабораторные занятия (если предусмотрено)	-
практические занятия (если предусмотрено)	6
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	-
контрольная работа	-
Самостоятельная работа	54
Промежуточная аттестация	Дифф. зачет

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Очная форма обучения

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины для очной формы обучения

№ п.п.	Темы дисциплины	Трудоемкость	Лекции	ПЗ	СРС
1	Сущность современного менеджмента	5	1	1	3
2	Организация и ее среда	5	1	1	3
3	Цикл менеджмента	5	1	1	3
4	Планирование и организация	5	1	1	3
5	Мотивация сотрудников. Контроль и управление	5	1	1	3
6	Система методов управления	5	2	1	2
7	Деловое общение	5	2	2	1
8	Управленческое решение. Руководство в организации	5	2	2	1
9	Социально экономическая сущность и содержание маркетинга	5	2	2	1
10	Конкуренция и конкурентоспособность	5	2	2	1
11	Маркетинговые исследования	6	2	2	2
12	Маркетинговые коммуникации	6	2	2	2
	Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет	2		2к	
	Всего	64	19	20	25

2.3. Тематический план и содержание учебной дисциплины для заочной формы обучения

№ п.п.	Темы дисциплины	Трудоемкость	Лекции	ПЗ	СРС
1	Сущность современного менеджмента	5			5
2	Организация и ее среда	5		1	4
3	Цикл менеджмента	5			5
4	Планирование и организация	5		1	4
5	Мотивация сотрудников. Контроль и управление	5	1		4
6	Система методов управления	5	1		4
7	Деловое общение	5		1	4
8	Управленческое решение. Руководство в организации	5		1	4
9	Социально экономическая сущность и содержание маркетинга	5			5
10	Конкуренция и конкурентоспособность	5			5
11	Маркетинговые исследования	6	1		5
12	Маркетинговые коммуникации	6	1		5
	Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет	2		2к	
	Всего	64	4	6	54

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

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

Кабинет, оснащенный оборудованием: доской учебной, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами обучения (компьютером, средствами аудиовизуализации, мультимедийным проектором; наглядными пособиями, тренажерами и т.д.).

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

3.2.1. Основные источники

1. Коротков, Э.М. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования/ Э.М. Коротков.— 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020.— 566 с.— (Профессиональное образование).— ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451068>

2. Одинцов, А.А. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования/ А.А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020.— 212 с. — (Профессиональное образование).— ISBN 978-5-534-04815-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454270>

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» - <https://www.biblio-online.ru>

2. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» - <http://www.iprbookshop.ru>

3. Информационно-правовой портал «ГАРАНТ» - <http://www.garant.ru/>

4. Информационно-правовая система «Консультант Плюс» - <http://www.consultant.ru/>

3.2.3. Дополнительные источники

1. Менеджмент: методы принятия управленческих решений: учебное пособие для среднего профессионального образования / П.В. Иванов [и др.]. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 276 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13050-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448872>

2. Коргова, М.А. Менеджмент. Управление организацией: учебное пособие для среднего профессионального образования/ М.А. Коргова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12330-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456661>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения занятий и по итогам изучения дисциплины.

Результаты обучения	Формы и методы оценки
<p>Знания: 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>Текущий контроль при проведении: устного опроса; -тестирования; -оценки результатов самостоятельной работы; - письменная работа (если предусмотрено)</p> <p>Промежуточная аттестация в форме - дифференцированного зачета; - защиты письменной работы (если предусмотрено)</p>
<p>Умения: 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;</p>	

анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; определять стратегию и тактику относительно ценообразования	
--	--