

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Алейник Станислав Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 08.04.2019 18:21:19

Уникальный программный ключ:

5258223550ea9fbeb23726a1609b644b33d898ba662558924208f915a13517ae

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. В.Я.Горина»

ФАКУЛЬТЕТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«Основы менеджмента и маркетинга»

специальность 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»
(базовый уровень)

Майский - 2019

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 21.02.05 – Земельно-имущественные отношения, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 486 от 12 мая 2014 года, на основании «Разъяснений по формированию примерных программ учебных дисциплин начального профессионального и среднего профессионального образования на основе Федеральных государственных образовательных стандартов начального профессионального и среднего профессионального образования», утвержденных Департаментом государственной политики в образовании Министерства образования и науки Российской Федерации 27 августа 2009 г.

Организация - разработчик: ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ

Разработчик(и): преподаватель кафедры экономической теории и экономики АПК Зуева Е.Е.

Рассмотрена на заседании кафедры экономической теории и экономики АПК

«19» июня 2019 г., протокол № 14

И.о. зав. кафедрой

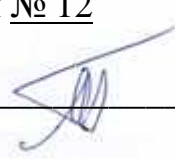


Китаев Ю.А.

Согласована с выпускающей кафедрой землеустройства, ландшафтной архитектуры и плодоводства

«25» июня 2019 г., протокол № 12

Заведующий кафедрой



А.М. Пятых

Одобрена методической комиссией агрономического факультета

«28» июня 2019г. протокол №10

Председатель методического совета
агрономического факультета



И.В. Оразаева

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей 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 РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС СПО по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» (базовая подготовка).

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ: дисциплина входит в профессиональный цикл как общепрофессиональная дисциплина (ОП.04).

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

В результате освоения 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.

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.

Формируемые компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск, и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

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.

1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

максимальная учебная нагрузка - 126 часов, в том числе:
обязательная аудиторная учебная нагрузка - 84 часа;
самостоятельная работа - 42 час.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Количество часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	126
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	84
в том числе:	
лекции	34
практические занятия	50
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	42
<i>Итоговая аттестация в форме зачета</i>	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Общая характеристика менеджмента		20	
Тема 1.1. Современный менеджмент: сущность и характерные черты.	Понятие «управление» Управление в командной и рыночной экономике Что такое менеджмент? Роль менеджмента, его задач Менеджмент как наука Базовое понятие менеджмента — организация Менеджер, его место и роль в организации Типы и виды менеджмента Исходные положения менеджмента Модели национального менеджмента и особенности подготовки менеджеров	4	1,2
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 1.2. Страницы истории менеджмента	Зарождение менеджмента. Школа научного управления Административное управление (классическая школа) Школа «человеческих отношений»	2	1,2
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Раздел 2. Функции менеджмента в рыночной экономике		12	
Тема 2.1. Внутренняя среда организации. Основные внутренние переменные	Цели организации, структура, задачи, технология, люди Люди как внутренняя переменная Саморазвитие личности как фактор делового успеха	2	2,3
	Практические занятия	2	

	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 2.2. Основные функции менеджмента	Цикл менеджмента		
	Планирование	2	1,2
	Организация. Делегирование полномочий		
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Раздел 3. Методика принятия решений		18	
Тема 3.1. Управленческие решения	Какие бывают решения? Процесс принятия решения Эффективность решения. Принципы принятия решения Моделирование и Экспериментирование как методы решения управленческих проблем	2	2,3
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 3.2. Руководство организацией как социальной системой	Неформальные группы и управление ими Лидерство, руководство, власть Стиль руководства Природа конфликта в организации Стресс	2	2,3
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Раздел 4. Социально-психологические аспекты менеджмента		14	
Тема 4.1. Деловое общение	Коммуникации как связующие процесса управления Психологические закономерности делового общения Этика делового общения Деловой этикет Тактика делового общения	2	2,3
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 4.2. Эффективность и совершенствование менеджмента	Понятие эффективности управления, ее виды и показатели Факторы эффективности управления Совершенствование менеджмента	2	2,3
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Раздел 5. Теоретические аспекты маркетинга		62	
Тема 5.1. Сущность, цели и задачи маркетинга	Сущность маркетинга и его роль в экономике Состояния спроса и задачи маркетинга Концепции маркетинга	1	2,3
	Практические занятия	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 5.2. Управление маркетинговой деятельностью	Маркетинг как философия бизнеса и интеграционная функция менеджмента предприятия Анализ рыночных возможностей Отбор целевых рынков Разработка комплекса маркетинга Организация маркетинговой деятельности	1	2,3
	Практические занятия	2	

	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 5.3. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	Составляющие системы маркетинговой информации Методика проведения маркетингового исследования	2	2,3
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 5.4. Маркетинговая среда организации	Основные факторы микросреды Основные факторы макросреды	2	2,3
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 5.5. Сегментирование рынка	Особенности рынка организаций Критерии и признаки сегментирования рынка Сегменты рынка по потребителям, по продуктам и по конкурентам	2	2,3
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 5.6. Товар и его характеристики	Понятие товаров и их классификация Жизненный цикл товара Критерии определения новых товаров Товарный знак Упаковка и маркировка товара	2	2,3
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 5.7. Ценообразование в маркетинге	Установление цены на новый товар Ценообразование в рамках товарной номенклатуры Установление цены по географическому принципу Установление цен со скидками и зачетами Ценовая дискриминация	1	2,3
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 5.8. Методы распространения товаров	Задачи распределения Каналы распределения Товародвижение Оптовая и розничная торговля	1	2,3
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 5.9. Коммуникации в маркетинге	Комплекс маркетинговых коммуникаций Факторы, определяющие структуру комплекса стимулирования Реклама Стимулирование сбыта Работа с общественностью	2	2,3
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 5.10. Стратегии маркетинга, планирование и контроль	Стратегическое планирование маркетинга Текущее планирование маркетинга Схема разработки бюджета маркетинга Контроль за выполнением планов	2	2,3
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Всего	126	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1.ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2. репродуктивный (выполнение деятельности под руководством);
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

посадочные места по количеству обучающихся;

рабочее место преподавателя;

комплект учебно-наглядных пособий «Основы менеджмента и маркетинга».

Технические средства обучения:

компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

Основные источники:

1. Основы менеджмента и маркетинга: 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.

<http://znanium.com/bookread2.php?book=961778>

2. Основы менеджмента и маркетинга : учеб. пособие / А.В. Райченко, И.В. Хохлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 342 с. — (Среднее профессиональное образование).

<http://znanium.com/bookread2.php?book=563352>

Дополнительные источники:

1. Основы менеджмента и маркетинга: Учебное пособие/Кнышова Е. Н. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с

<http://znanium.com/bookread2.php?book=492807>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе освоения материала: опросы в устной и письменной форме, промежуточное тестирование, самостоятельная работа студентов.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>Оценка выполнения практических занятий, внеаудиторной самостоятельной работы.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Решение ситуационных задач.</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Зачет.</p>

спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.	
---	--