

| | | |
|--------------------|--------------------------|-----------------------------------|
| ГАПОУ ЧАО «ЧМК» | УПРАВЛЕНИЕ ДОКУМЕНТАЦИЕЙ | СТО СМК 4.2.01 - 2022 Лист 1/3 |
|--------------------|--------------------------|-----------------------------------|

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее ФГОС СПО) по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

Формируемые компетенции: ОК 1 – 8, ПК 1.4, 3.1, 5.1 – 5.4.

Семисинова С.Л., преподаватель.

1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

2. Место дисциплины в структуре ППССЗ: профессиональный цикл.

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

Цель:

– приобретение студентами теоретических знаний и практических умений по основам менеджмента и маркетинга.

Задачи:

– продолжить формирование компетентности будущих специалистов в современной информации по экологическим основам природопользования.

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;

| | | |
|--------------------|--------------------------|-----------------------|
| ГАПОУ ЧАО «ЧМК» | УПРАВЛЕНИЕ ДОКУМЕНТАЦИЕЙ | СТО СМК 4.2.01 - 2022 |
| | | Лист 2/3 |

- 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;
- определять стратегию маркетинга;

В результате освоения 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.

4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 141 час, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 94 часа;
самостоятельной работы обучающегося – 47 часов.

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы:

| Вид учебной работы | Объем часов |
|--|-------------|
| Максимальная учебная нагрузка (всего) | 141 |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) | 94 |
| в том числе: | |
| лабораторные работы | 0 |

| | | |
|----------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| ГАПОУ ЧАО «ЧМК» | УПРАВЛЕНИЕ ДОКУМЕНТАЦИЕЙ | СТО СМК 4.2.01 - 2022 |
| | | Лист 3/3 |

| Вид учебной работы | Объем часов |
|---|--------------------|
| практические занятия | 54 |
| контрольные работы | 0 |
| курсовая работа (проект) | 0 |
| Самостоятельная работа обучающегося (всего) | 47 |
| в том числе: | |
| самостоятельная работа над курсовой работой (проектом) | 0 |
| решение задач | 26 |
| изучение материалов лекции | 10 |
| изучение литературы | 11 |
| Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета | |

5. Тематический план учебной дисциплины:

Раздел 1. Основы менеджмента

Тема 1.1 Сущность и содержание понятия «менеджмент». Организация как система.

Тема 1.2. Основные функции управления. Связующие процессы в управлении

Тема 1.4. Менеджер в системе управления

Тема 1.5 Управление организационными изменениями. Управленческие решения и методы управления.

Раздел 2. Основы маркетинга

Тема 2.1 Сущность маркетинга. Система маркетинговых исследований.

Тема 2.2 Исследование товарных рынков, изучение потребителей

Тема 2.3 Ценовая и сбытовая политика

Тема 2.4 Система маркетинговых коммуникаций. Организация, планирование и контроль маркетинга