

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

ПРИНЯТО

На заседании педагогического совета

Протокол №.....³.....

« 05 » 07 2022г

УТВЕРЖДАЮ

Директор СПб ГБПОУ «АУГСГиП»

А.М. Кривоносов

« 05 » 07 2022г



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга
для специальности
21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

базовая подготовка

Санкт-Петербург

2022г.

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 №.....6

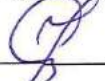
« 28 » 06 2022 г

Одобрена на заседании цикловой комиссии

Экономики и сервиса

№...5 от...28.06.2022

председатель цикловой комиссии:



И.Н. Федосеева

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>	

2.2единиц. 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	6	1
	2.Эволюция управленческой мысли. Принципы, уровни процесса управления		1
	3.Внутренняя среда организации. Внешняя среда организации. Теория STEP-анализа и SWOT-анализа		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	12	
	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		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	4	1
	2. Товар в маркетинге. Уровни товара. Влияние внутренней и внешней среды организации		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	8	1
	Наблюдение за рынком как инструмент исследования. Отслеживание рынка недвижимости		2
	Прогнозирование рынка недвижимости на основе динамики спроса и предложения		2
Товарная, ценовая, коммуникационная и сбытовая политика: цели, инструменты реализации, особенности сферы земельно-имущественных отношений	2		
Тема 4.2. Планирование маркетинговой политики организации	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	

Рабочей программой предусмотрено выполнение отдельных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, в форме практической подготовки в объёме **50** часов.

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, 2022. — 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, 2022. — 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, 2021. — 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, 2022. — 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, 2022. — 325 с. — (Профессиональное образование). — URL: [https:// urait.ru](https://urait.ru). — 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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки
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 анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование определять стратегию и тактику относительно ценообразования	практические занятия, устный опрос, тест – контроль, мониторинг самостоятельной работы обучающихся дифференцированный зачёт
Знания:	

<p>сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития</p> <p>особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)</p> <p>внешнюю и внутреннюю среду организации</p> <p>цикл менеджмента</p> <p>процесс принятия и реализации управленческих решений</p> <p>функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта</p> <p>систему методов управления</p> <p>методику принятия решений</p> <p>стили управления, коммуникации, деловое общение</p> <p>сущность и функции маркетинга</p> <p>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</p> <p>дифференцированный зачёт</p>
---	---

Планируемые личностные результаты в ходе реализации программы
дисциплины ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

для специальности **21.02.05 ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННЫЕ ОТНОШЕНИЯ**

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	ЛР 1
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно	ЛР 2

взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	ЛР 3

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	ЛР13
Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	ЛР14
Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем	ЛР15
Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности	ЛР16
Способный в цифровой среде использовать различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей, проводить оценку информации, ее достоверности, строить логические умозаключения на основании поступающей информации	ЛР17
Демонстрирующий приверженность принципам честности, добросовестности, неподкупности, содействующий поддержанию безупречной профессиональной репутации	ЛР 18