

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.В. ПАРАХИНА»**  
**МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ**

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

Дисциплины ОП.04. Основы менеджмента и маркетинга

Программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)

Специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Орел, 2018 г.

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

ОДОБРЕНО

П(Ц)К специальных и профилирующих дисциплин по специальностям 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) и 21.02.05. Земельно-имущественные отношения

Протокол № 1 от 29 августа 2018г.

Председатель П(Ц)К

Н. Ю. Анохина Н. Ю. Анохина

СОГЛАСОВАНО

Заведующий отделением экономики и бухгалтерского учета и земельно – имущественных отношений

Н.В. Лагутина

30 августа 2018г.

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по учебной работе

Т.В. Карнюшкина

30 августа 2018г.



Организация–разработчик: Многопрофильный колледж ФГБОУ ВО Орловский ГАУ

Разработчика: О.В. Сёмочкина, преподаватель высшей квалификационной категории Многопрофильного колледжа

О.В. Сёмочкина

Рецензенты:

Внешний:

Т.Н. Булгакова, главный бухгалтер ОООО и Р

Внутренний:

Н.В.Лагутина, преподаватель высшей квалификационной категории Многопрофильного колледжа

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04. Основы менеджмента и маркетинга**

## **1.1. Область применения рабочей программы**

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

## **1.2. Формирование компетенций:**

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. Организовывать 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 ее сплочение, эффективно общаться 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 территорий.

ПК 3.1. Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы

**1.3. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** дисциплина ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга входит в профессиональный цикл как общепрофессиональная дисциплина, формирующая базовые знания для освоения специальности.

## **1.4. Цели и задачи учебной дисциплины - требования к результатам освоения учебной дисциплины:**

Основная цель – формирования знаний, понимания функционирования менеджмента и маркетинга в рыночных условиях, умения творчески

применять полученные знания в сфере будущей профессиональной деятельности

Основные задачи:

- научить студентов глубоко и всесторонне разбираться в вопросах менеджмента и маркетинга в условиях рыночных отношений,
- творчески применять полученные знания в процессе принятия и реализации управленческих решений

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; 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.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ.

#### **1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 90 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 60 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 18 часов; консультации – 12 часов;

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b><i>Объем часов</i></b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b><i>90</i></b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b><i>60</i></b>
в том числе:	
Лабораторные занятия	-
практические занятия	<i>30</i>
контрольные работы	-
курсовая работа (проект)	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b><i>18</i></b>
в том числе:	
работа с конспектом лекции или с источником литературы	<i>10</i>
рефераты, творческие задания	<i>8</i>
<b>Консультации</b>	<b><i>12</i></b>
<i>Итоговая аттестация в форме зачета</i>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.04. Основы менеджмента и маркетинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
Тема 1. Сущность менеджмента в организации	Содержание учебного материала		2	1
	1	Сущность менеджмента в организации		
	Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации 1.Изучение теоретического материала. Работа с конспектом лекции или с источником литературы. 2.Вопросы для самопроверки.		1	
Тема 2. Среда организации. Менеджер в системе управления	Содержание учебного материала		2	2
	1	Среда организации. Менеджер в системе управления		
	Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации 1.Изучение теоретического материала. Работа с конспектом лекции или с источником литературы. 2.Вопросы для самопроверки.		1	
Тема 3 Мотивация трудовой деятельности	Содержание учебного материала		2	2,3
	1	Мотивация трудовой деятельности		
	Практические занятия		4	
	1	Диагностика мотивации		
	2	Определение типа характера		

	Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации		-	
	1.Изучение теоретического материала. Работа с конспектом лекции или с источником литературы.			
	2.Вопросы для самопроверки.			
Тема 4 Стили управления. Конфликты и стрессы.	Содержание учебного материала		2	
	1	Стили управления. Конфликты и стрессы.		2,3
	Практические занятия		4	
	1	Совместимость стилей руководства		
	2	Управление конфликтами и стрессами		
	Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации		2	
	1.Изучение теоретического материала. Работа с конспектом лекции или с источником литературы.			
	2.Вопросы для самопроверки.			
Тема 5. Предмет, цели и задачи дисциплины «Маркетинг»	Содержание учебного материала		2	
	1	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Цели и задачи маркетинга. Значение дисциплины в подготовке специалистов		2
	Практические занятия		2	
	1	Определение конъюнктуры рынка		
	Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации		2	
	1.Изучение теоретического материала. Работа с конспектом лекции или с источником литературы.			
	2.Вопросы для самопроверки.			
Тема 6. Модели	Содержание учебного материала		2	
	1	Модель покупательского поведения: простая и сложная. Основные характеристики		2,3

покупательско го поведения		покупателей. Реакция покупателей на покупку		
		Практические занятия	2	
	1	Оценка поведения различных групп покупателей		
		Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации  1.Изучение теоретического материала. Работа с конспектом лекции или с источником литературы. 2.Вопросы для самопроверки.	2	
Тема 7. Окружающая среда маркетинга		Содержание учебного материала	2	
	1	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Краткая характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка		2,3
		Практические занятия	2	
	1	Анализ окружающей среды организации		
		Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации  1.Изучение теоретического материала. Работа с конспектом лекции или с источником литературы. 2.Вопросы для самопроверки.	2	
Тема 8. Сегментирова ние рынка		Содержание учебного материала	2	
	1	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психологические, поведенческие.		2,3

	Практические занятия		2	
	1	Исследование отдельного сегмента рынка		
	Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации		2	
Тема 9. Основы товарной политики	Содержание учебного материала		2	2,3
	1	Маркетинговое понятие товара. Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей. Товар как комплекс. Классификация товаров. Жизненный цикл товара. Товарно-знаковая символика. Этапы разработки нового товара		
	Практические занятия		2	
		Выбор товарной марки. Определение ЖЦТ		
	Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации		2	
Тема 10. Конкурентная среда	Содержание учебного материала		2	2,3
	1	Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки. Понятие монополии, её характерные признаки. Антимонопольное законодательство		
	Практические занятия		2	
	1	Определение модели рынка		
	Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации		2	

	1.Изучение теоретического материала. Работа с конспектом лекции или с источником литературы. 2.Вопросы для самопроверки.			
Тема 11. Ценовая политика	Содержание учебного материала		2	2,3
	1	Основные понятия: цена, ценовая политика. Цели, задачи и направления формирования цен. Стратегия ценообразования. Виды цен		
	Практические занятия		2	
	1	Расчет исходной цены товара		
	Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации		2	
1.Изучение теоретического материала. Работа с конспектом лекции или с источником литературы. 2.Вопросы для самопроверки.				
Тема 12. Сбытовая политика	Содержание учебного материала		2	2, 3
	1	Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Системы сбыта. Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Товародвижение		
	Практические занятия		2	
	1	Выбор посредников для распространения товара		
	Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации		2	
1.Изучение теоретического материала. Работа с конспектом лекции или с источником литературы.				

	2.Вопросы для самопроверки.			
Тема 13. Маркетинговые исследования рынка	Содержание учебного материала		2	2,3
	1	Маркетинговые исследования: понятие, цели, задачи и объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований. Схема маркетинговых исследований. Методы сбора первичных данных. Орудия исследования. Способы связи с аудиторией. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Маркетинговая информационная система (МИС).		
	Практические занятия		2	
	1	Анкетирование		
	Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации 1.Изучение теоретического материала. Работа с конспектом лекции или с источником литературы. 2.Вопросы для самопроверки.		2	
Тема 14. Маркетинговые коммуникации	Содержание учебного материала		4	2,3
	1	Маркетинговые коммуникации: выставки и ярмарки. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта. Информационные методы: реклама, пропаганда, консультации.		
	2	Правила рекламы, ее виды, средства рекламы. Реклама: ее понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы.		
	Практические занятия		4	
	1	Подготовка выставки по конкретному товару		
	2	Разработка рекламы на отдельные виды товаров и услуг		
	Самостоятельная работа обучающихся, в том числе консультации 1.рефераты, творческие задания		8	

<b>Всего:</b>	<b>90</b>	
---------------	-----------	--

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или 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 с рабочими местами по количеству обучающихся.

**Оборудование учебного кабинета:** инструктивный материал, бланковый материал, комплект учебно-методической документации.

**Технические средства обучения:** компьютер, принтер, сканер, мультимедиа проектор

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

##### **Список литературы**

##### **Основная литература**

1. Астахова, Н. И. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для СПО / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин; под общ. ред. Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 422 с. — (Профессиональное образование). — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/menedzhment-426417>
2. Гапоненко, А. Л. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / А. Л. Гапоненко; отв. ред. А. Л. Гапоненко. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 396 с. — (Профессиональное образование). — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/menedzhment-433278>
3. Карпова, С. В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебник для СПО / С. В. Карпова; под общ. ред. С. В. Карповой. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/osnovy-marketinga-426395>
4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 383 с. — (Профессиональное образование). — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/marketing-414961>
5. Мурахтанова, Н.М. Маркетинг: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования/ Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. — 10-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2014. — 304 с.
6. Сухов, В.Д. Основы менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях: учебн. для студ. сред. проф. образования/ В.Д. Сухов. -М.: Издательский центр «Академия», 2013. - 240с.

##### **Дополнительная литература**

1. Реброва, Н.П. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / Н. П. Реброва. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 277 с. — (Профессиональное образование). — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/osnovy-marketinga-433413>

- 2.Алексунин, В.А. Маркетинг: Учебник / -5-е изд. перераб. и доп. – М.: Издательство- торговая корпорация «Дашков и К», 2010. -216с.
- 3.Барышев, А.Ф. Маркетинг: учеб. Для студ. Учреждений сред. Проф. Образования / А.Ф. Барышев. – 9-е изд., стер. - М.: Издательский центр «Академия», 2012. -224с.
- 4.Драчёва, Е.Л. Менеджмент: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования / Е.Л. Драчёва, Л.И. Юликов.- 12-е изд. перераб. и доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2012. -304с

#### 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, исследований.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<b>Умения:</b>	
- планировать и организовывать работу подразделения;	практическая работа
- формировать организационные структуры управления;	практическая работа
- разрабатывать мотивационную политику организации;	анкетирование
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	практическая работа
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;	практическая работа
- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;	практическая работа
- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;	практическая работа
-определять стратегию и тактику относительно ценообразования;	практическая работа
<b>Знания:</b>	
сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;	практическая работа
особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;	практическая работа
внешнюю и внутреннюю среду организации;	практическая работа
цикл менеджмента;	практическая работа
процесс принятия и реализации управленческих решений;	практическая работа
функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;	практическая работа

систему методов управления;	практическая работа
методику принятия решений;	практическая работа
стили управления, коммуникации, деловое общение;	практическая работа
сущность и функции маркетинга;	практическая работа
конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	практическая работа,