

**ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

2022 г.

Программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования *21.02.05 Земельно-имущественные отношения* (базовой подготовки), входящей в состав укрупненной группы специальностей 21.00.00. Прикладная геология, горное дело, нефтегазовое дело и геодезия.

Организация-разработчик: ЧПОУ «Магнитогорский колледж современного образования»

Разработчик:

Ляшутина Наталья Эдуардовна, преподаватель ЧПОУ «Магнитогорский колледж современного образования»;

Рассмотрена на заседании методического совета ЧПОУ «Магнитогорский колледж современного образования»

протокол №   6   от «  27  »  июня  2022г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт программы учебной дисциплины.....	стр. 4
2. Структура и содержание учебной дисциплины.....	7
3. Условия реализации программы учебной дисциплины .....	14
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.....	16

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

## 1.1 Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО **21.02.05 Земельно-имущественные отношения** (базовой подготовки), входящей в состав укрупненной группы специальностей 21.00.00. Прикладная геология, горное дело, нефтегазовое дело и геодезия.

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки кадров) и профессиональной подготовке по направлению подготовки 21.00.00. Прикладная геология, горное дело, нефтегазовое дело и геодезия.

**1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** общепрофессиональная дисциплина профессионального цикла.

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

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 процессе освоения дисциплины у студентов должны формироваться **профессиональные компетенции (ПК):**

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

**В процессе освоения дисциплины у студентов должны формироваться общие компетенции (ОК):**

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.

В рамках программы учебной дисциплины осуществляется **формирование личностных результатов** реализации программы воспитания по специальности:

**Л.4.** Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»

**ЛР.6.** Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях

**ЛР10.** Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой

**ЛР.12.** Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:**  
максимальной учебной нагрузки обучающегося 75 часа, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 51 часов;  
самостоятельной работы обучающегося 24 часа.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>75</b>
в том числе в рамках практической подготовки	20
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>51</b>
в том числе в рамках практической подготовки	20
Лекционные занятия	34
в том числе в рамках практической подготовки	10
Практические занятия	17
в том числе в рамках практической подготовки	10
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>24</b>
в том числе:	
- подготовка сообщений, рефератов, презентаций	7
- анализ и оценка проблемных ситуаций	5
- составление опорных схем, сравнительных таблиц	4
- составление глоссария	2
- разработка рекомендаций	6
<b>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов (в том числе в форме практической подготовки)	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Общие основы менеджмента</b>		12(3)	
Тема 1.1. Методологические основы менеджмента	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>1. Научные основы менеджмента. Цели, задачи, принципы и методы менеджмента. Виды менеджмента. Теории и практические подходы к управлению. История развития менеджмента. Современная концепция менеджмента.</p> <p><b>Лабораторные работы</b></p> <p><b>Практические занятия</b></p> <p><b>Контрольная работа</b></p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b>  <b>тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b> История возникновения менеджмента.</p>	2	1
Тема 1.2. Функции менеджмента.	<p><b>Содержание учебного материала</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)</p> <p>1. Цикл менеджмента. Функции менеджмента: планирование, организация, мотивация и контроль деятельности экономического субъекта. Характеристика функций менеджмента. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла.</p> <p><b>Лабораторные работы</b></p> <p><b>Практические занятия</b></p> <p><b>Контрольная работа</b></p> <p><b>Самостоятельная работа обучающихся</b>  <b>тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b> Составление реферата по одной из предложенных тем:  1. Школа научного управления.  2. Административная школа.  3. Школа человеческих отношений.  4. Поведенческая школа.  5. Количественная школа.</p>	1(1)	2
Тема 1.3. Организация как система управления.	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>1. Признаки организации. Виды организаций. Организация как система управления. Внешняя и внутренняя среда организации. Организационная структура предприятия. Процесс создания организационных структур. Виды организационных структур. Взаимосвязь организационной и управленческих структур.</p>	2	2

	Организационно-правовые основы управления предприятиями.		
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b> ( в т.ч. в форме практической подготовки)	3(2)	
	1. Проектирование организационной структуры управления предприятия по профилю специальности.		
	<b>Контрольная работа</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> тематика <b>внеаудиторной самостоятельной работы:</b> Классификация фирм, методика их изучения. Особенности управления в организациях различных организационно-правовых форм. Характеристика организационных структур предприятия. Разработка организационной структуры фирмы	2	
<b>Раздел 2. Процесс управления организацией</b>		<b>23 (7)</b>	
<b>Тема 2.1.</b> Управленческие решения.	<b>Содержание учебного материала</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)	3 (1)	
	1. Управленческая информация. Управленческое решение. Типы решений и требования, предъявляемые к ним. Методика принятия решений в условиях риска и неопределенности. Методы принятия решения и их реализация. Информационно- компьютерная поддержка управленческих решений. Особенности принятия решения и механизмы снижения рисков в области профессиональной деятельности.		2
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практические занятия</b>	-	
	<b>Контрольные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> тематика <b>внеаудиторной самостоятельной работы:</b> Построение матрицы принятия решений для конкретной ситуации	1	
<b>Тема 2.2.</b> Планирование деятельности организации.	<b>Содержание учебного материала</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)	3 (1)	
	1. Роль планирования в организации. Сущность, принципы и виды планирования. Процесс стратегического планирования: миссия, цели, анализ внешней среды, анализ сильных и слабых сторон организации, SWOT-анализ, анализ альтернатив и выбор стратегии. Управление реализацией стратегии, оценка. Особенности текущих планов. Оперативный план работы подразделения.)		2
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практические занятия</b>	-	
	<b>Контрольные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Составить оперативный план работы структурного подразделения	1	
<b>Тема 2.3.</b> Управление	<b>Содержание учебного материала</b>	1	

качеством продукции и контроль.	1	Понятие контроля, его виды, этапы проведения. Мера контроля. Правила контроля. Поведенческие стороны контроля. Типичные ошибки при процедуре контроля. Контроль качества продукции и итоговая документация при осуществлении контроля.		2
	<b>Лабораторные работы</b>		-	
	<b>Практические занятия</b>		-	
	<b>Контрольные работы</b>		-	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Работа с различными источниками информации по пройденной теме		2	
<b>Тема 2.4.</b> Мотивация.	<b>Содержание учебного материала</b>		2	3
	1.	Понятие мотивации, виды, концепции. Мотивационный механизм. Психология отношения к труду. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Методы мотивации. Индивидуальная и групповая мотивация. Экономические стимулы. Неэкономические способы стимулирования. Диагностирование состояния удовлетворенности работников предприятия и выбор управляющих воздействий на персонал для обеспечения результативности организационных изменений.		
	<b>Лабораторная работа</b>		-	
	<b>Практические занятия</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)		3(2)	
	1	Разработка предложений по мотивационной политике предприятия.		
	<b>Контрольная работа</b>			
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Составить кроссворд по изученной теме		1	
<b>Тема 2.5.</b> Организационные отношения в системе менеджмента.	<b>Содержание учебного материала</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)		1 (1)	2
	1	Методы и механизмы руководства. Полномочия и их виды. Должностные права и обязанности руководителей. Должностные инструкции сотрудников. Делегирование полномочий. Методы управления. Понятия: власть, лидерство, стиль руководства. Формы власти. Выбор стиля управления. Формальные и неформальные отношения. Групповая динамика. Организационная культура предприятия. Этические обязанности власти и подчинения.		
	<b>Лабораторные работы</b>		-	
	<b>Практические занятия</b>		-	
	<b>Контрольные работы</b>		-	
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Составление должностной инструкции		1		
<b>Тема 2.6.</b> Управленческое общение.	<b>Содержание учебного материала</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)		2 (2)	2
	1.	Понятия: деловое и управленческое общение. Закономерности процесса коммуникации и взаимопонимания. Особенности организации делового и управленческого общения в профессиональной деятельности. Практические виды общения. Этика общения. Управление в конфликтных ситуациях.		
	<b>Лабораторные работы</b>		-	
	<b>Практические занятия</b>		-	
<b>Контрольные работы</b>		-		

	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Решение заданной конфликтной ситуации, определение путей предупреждения стрессовых ситуаций.	2	
<b>Раздел 3. Основы маркетинга</b>		<b>40 (10)</b>	
<b>Тема 3.1.</b> Понятие и сущность маркетинга.	<b>Содержание учебного материала</b>	3	
	1. Понятие и сущность маркетинга. Цели, задачи, принципы и функции маркетинга. Концепции рыночной экономики. Маркетинг как сфера деятельности фирмы.		1
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практические занятия</b>	-	
	<b>Контрольные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Изучить цели, задачи, принципы и функции маркетинга	1	
<b>Тема 3.2.</b> Рынок и рыночные показатели.	<b>Содержание учебного материала</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)	1 (1)	
	1. Понятие рынка, его виды и принципы формирования. Расчет рыночных показателей, их содержание и основное назначение. Показатели конъюнктуры. Особенности рынка недвижимости. Прогнозирование конъюнктуры рынка недвижимости, динамики спроса и предложения на рынке недвижимости с учетом долгосрочных перспектив.		2
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практические занятия</b>	-	
	<b>Контрольные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Проанализировать рынок недвижимости по заданным критериям	1	
<b>Тема 3.3.</b> Сегментирование рынка.	<b>Содержание учебного материала</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)	2 (1)	
	1. Понятия: сегментирование, дифференцирование, позиционирование. Цели, принципы, этапы сегментирования. Оценка привлекательности и выбор целевых сегментов. Стратегии охвата рынка.		2
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практические занятия</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)	3 (2)	
	1. Проведение анализа рынка недвижимости, его сегментирование и позиционирование предложения фирмы на рынке.		
	<b>Контрольная работа</b>		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Соотнесение покупателей к определенному сегменту	1	
<b>Тема 3.4.</b> Конкуренция и конкуренты.	<b>Содержание учебного материала</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)	1 (1)	
	1. Понятия: конкуренция, конкурентоспособность организации и товара, конкурентная среда, конкурентные преимущества. Моделирование показателей конкурентоспособности. Виды конкуренции. Конкурентные стратегии участников рынка. Антимонопольное законодательство.		2
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практические занятия</b>	-	
	<b>Контрольная работа</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	2	

	Изучить конкуренцию рынка недвижимости г. Челябинска		
<b>Тема 3.5.</b> Товарная политика организации.	<b>Содержание учебного материала</b>	2	2
	1. Маркетинговое понятие товара. Классификация товаров. Конкурентоспособность и качество товара. Ассортимент. Анализ структуры ассортимента. Жизненный цикл товара. Создание новых товаров. Товарная политика. Торговая марка. Бренд.		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практические занятия</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)	4 (2)	
	1. Проведение анализа ассортимента и ассортиментной политики предприятия по профилю специальности.		
	<b>Контрольная работа</b>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Разработать бренд для предприятия	1		
<b>Тема 3.6.</b> Ценовая политика.	<b>Содержание учебного материала</b>	2	2
	1. Понятия: цена, ценовая политика, стратегия ценообразования. Классификация и назначение цен в маркетинге. Факторы, влияющие на формирование цен. Информационное обеспечение политики ценообразования, работа с источниками информации. Стратегии ценообразования и виды цен, характерные для каждой стратегии.		
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)	4 (2)	
	1. Обоснование для выбора стратегии ценообразования для предприятия, работающего на рынке недвижимости.		
	<b>Контрольная работа</b>	-	
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Изучить стратегии ценообразования и виды цен, характерные для каждой стратегии.	2		
<b>Тема 3.7.</b> Сбытовая политика.	<b>Содержание учебного материала</b> (в т.ч. в форме практической подготовки)	2 (1)	2
	1. Понятия: сбыт, распределение, сбытовая политика. Цели, задачи и направления сбытовой политики. Каналы распределения: прямые, косвенные, смешанные. Ширина, функции, уровни и возможности каналов распределения. Система сбыта. Торговые посредники: виды и типы. Факторы, влияющие на выбор посредников. Оценка эффективности сбытовой политики.		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практические занятия</b>	-	
	<b>Контрольная работа</b>	-	
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Разработать комплекс мероприятий по совершенствованию сбытовой политики предприятия	1		
<b>Тема. 3.8.</b> Продвижение	<b>Содержание учебного материала</b>	3	

товара. Коммуникационная политика в маркетинге.	1.	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС), виды, назначение. Информационные методы: реклама, пропаганда, консультация. Личная продажа, публич рилейшнз и другие виды маркетинговых коммуникаций. Классификация рекламы. Средства и носители рекламы. Правовые основы рекламной деятельности. Требования к рекламе. Организация рекламной кампании.		2 (2)
	<b>Лабораторные работы</b>		-	
	<b>Практические занятия</b>		-	
	<b>Контрольная работа</b>		-	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Разработать рекламную кампанию		1	
<b>Тема 3.9.</b> Маркетинговые стратегии предприятия.	<b>Содержание учебного материала</b>		1	1
	1.	Понятия: стратегия и тактика. Целевое и стратегическое планирование. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора. Корпоративные, функциональные и инструментальные стратегии. Характеристика стратегий роста. Портфельные стратегии. Стратегический анализ.		
	<b>Лабораторные работы</b>		-	
	<b>Практические занятия</b>		-	
	<b>Контрольная работа</b>		-	
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Изучить целевое и стратегическое планирование, направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора, корпоративные, функциональные и инструментальные стратегии		2		
<b>Всего</b>			<b>75</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 материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета «Менеджмента и экономики организации».

Оборудование учебного кабинета:

- рабочее место преподавателя;
- рабочие места, оборудованные персональными компьютерами по числу обучающихся;
- программное обеспечение (MS Office, локальная компьютерная сеть, Интернет);
- учебно-методическое обеспечение (учебное пособие, методические указания для студентов, раздаточные материалы);
- классная доска.

Технические средства обучения:

- компьютеры с лицензионным программным обеспечением;

Оборудование мастерской и рабочих мест мастерской: – .

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: – .

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

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

##### Основные источники:

1. Драчева, Е.Л. Менеджмент: учебник для студ. ОУ СПО / Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов. – 6-е изд., стер. – М.: Академия, 20179 -288с.
2. Драчева, Е.Л. Менеджмент: Практикум ОУ СПО / Е.Л. Драчева, – 6-е изд., стер. – М.: Академия, 2019 - 304с.
3. Косьмин, А.Д. Менеджмент: учебник для студ. СПО / А.Д. Косьмин. – 4-е изд., – М.: Академия, 2019. – 208с.
4. Кнышова, Е.Н. Менеджмент.: учебник для ССУЗ.– М.: ФОРУМ: ИНФРА- М, 2019г.-304с.
5. Разу, М.Л. Менеджмент: Учебное пособие.- М.: КноРус, 2019г.-527с.
6. Казначевская, Г.Б. Менеджмент : учебник / Казначевская Г.Б. — Москва : КноРус, 2019. — 240 с. — (СПО).

##### Дополнительные источники:

1. Арутюнов В.В., Волковысский И.В., Кадария Ф.д., Шепелев Е.М. Управление персоналом. – Ростов н/Д: Феникс, 2018
2. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент6: –СПб,2019;
3. Карданская Н.Л. Основы принятия управленческих решений. – М.: Рус. Деловая лит.. 2018.
4. Кузин Ф.А. Культура делового общения. – М.: Ось-89,2019;
5. Левина С.Ш. Практикум по курсу «Менеджмент». - Ростов н/Д: «Феникс», 2018.
6. Виханский, О.С. менеджмент :учебник для ССУЗ. – М.: Гардарики, 2019 г.-528с.
7. Герчикова, И.Н. Менеджмент: учебник для ССУЗ. - М.: ЮНИТИ, 2018 г.- 408с.
8. Мескон, М.: Основы менеджмента: учебник для ССУЗ. – М.: Дело, 2019 г.- 702с..

##### Интернет-ресурсы:

1. Менеджмент: электронный учебник/ <http://www.about-management.ru/>
2. Основы менеджмента. Электронный учебник/ <http://my-shop.ru/shop/soft/594733.html>

3. Инновационный менеджмент/ <http://e-college.ru/xbooks/xbook166/book/index/index.html>
4. Финансовый Менеджмент/ <http://books.wikimart.ru/bookslaw/model/1694335>
5. Менеджмент. Электронный учебник/ <http://www.chtivo.ru/book/1699213/>
6. Стратегический менеджмент. Электронный учебник/ [http://books.iqbuy.ru/categories\\_offer/9785406006153/cd-](http://books.iqbuy.ru/categories_offer/9785406006153/cd-)

#### **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ,

тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать и организовывать работу подразделения;</li> <li>- формировать организационные структуры управления;</li> </ul>	<p>Оценка продукта учебной деятельности (составленного плана мероприятий на краткосрочный и долгосрочный периоды) по критериям (соответствие целям, методике планирования, наличие комплекса мероприятий, сроков исполнения, ответственных лиц) на практическом занятии.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать мотивационную политику организации;</li> </ul>	<p>Оценка продукта учебной деятельности (составленный план мотивации персонала подразделения) по критериям (соответствие целям, полномочиям, разнообразие способов мотивации) на практическом занятии.</p>
<p>применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</p>	<p>Оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающегося на практическом занятии Оценка выполнения транзакционного анализа</p>
<p>принимать эффективные решения, используя систему методов управления</p>	<p>Оценка продукта учебной деятельности (управленческие решения) по критериям (соответствие целям, заданию, алгоритму составления) на практическом занятии</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;</li> <li>- определять стратегию и тактику относительно ценообразования;</li> <li>- определять стратегию маркетинга</li> </ul>	<p>Оценка продукта учебной деятельности (управленческие решения) по критериям (соответствие целям, заданию, алгоритму составления) на практических занятиях</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Проведение анализа рынка недвижимости, его сегментирование и позиционирование предложения фирмы на рынке;</li> <li>- Проведение анализа ассортимента и ассортиментной политики предприятия по профилю специальности;</li> <li>- Обоснование для выбора стратегии ценообразования для предприятия, работающего на рынке недвижимости;</li> </ul>
<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;</li> <li>- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);</li> <li>- внешнюю и внутреннюю среду организации;</li> <li>- цикл менеджмента;</li> <li>- процесс принятия и реализации</li> </ul>	<p>Оценка результатов стандартизированного тестирования сопоставлением с эталоном (ключом, модельным ответом) при осуществлении текущего контроля и при проведении дифференцированного зачета</p>

<p>управленческих решений;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;</li><li>- систему методов управления;</li><li>- методику принятия решений;</li><li>- стили управления, коммуникации, деловое общение;</li><li>- сущность и функции маркетинга;</li><li>- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив</li></ul>	
---	--