

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

Разработчик: Шилова Е.Г., преподаватель

Специальность: 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Наименование учебной дисциплины: ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

Цели и задачи учебной дисциплины:

С целью овладения соответствующими общими и профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной дисциплины должен

иметь практический опыт:

- формирования организационной структуры управления на основе анализа внутренней и внешней среды организации;
- планирования и организации работы подразделений на основе критического анализа современных экономических проблем;
- решения типичных маркетинговых задач;

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;
- оперировать основными категориями и понятиями менеджмента и маркетинга;

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;
- основные инструменты анализа при разборе конкретных ситуаций.

Результаты освоения учебной дисциплины

Код и наименование компетенции	Наименование результата обучения	Номер темы
<p style="text-align: center;">ПК 1.4 Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.</p>	<p>Иметь практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирования организационной структуры управления на основе анализа внутренней и внешней среды организации; - решения типичных маркетинговых задач; <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать организационные структуры управления; - оперировать основными категориями и понятиями менеджмента и маркетинга <p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - внешнюю и внутреннюю среду организации; - сущность и функции маркетинга; - основные инструменты анализа при разборе конкретных ситуаций. 	<p>Тема 1.2 Тема 4.1</p>
<p style="text-align: center;">ПК 3.1 Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы.</p>	<p>Иметь практический опыт</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирования и организации работы подразделений на основе критического анализа современных экономических проблем; <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать и организовывать работу подразделения. <p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); - основные инструменты анализа при разборе конкретных ситуаций. 	<p>Тема 2.1</p>
<p style="text-align: center;">ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать мотивационную политику организации; - оперировать основными категориями и понятиями менеджмента и маркетинга; <p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и характерные черты 	<p>Тема 1.1</p>

	современного менеджмента, историю его развития; - цикл менеджмента.	
ОК 2 Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.	Уметь - учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях. Знать - сущность и функции маркетинга.	Тема 4.2
ОК 3 Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Уметь - учитывать особенности менеджмента в земельно-имущественных отношениях. Знать - функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта.	Тема 3.2
ОК 4 Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	Уметь - принимать эффективные решения, используя систему методов управления. Знать - процесс принятия и реализации управленческих решений; - методику принятия решений.	Тема 2.2
ОК 5 Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Уметь - определять стратегию и тактику относительно ценообразования; - анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование. Знать - конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.	Тема 4.3 Тема 5.2
ОК 6 Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Уметь - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения. Знать - систему методов управления;	Тема 3.1

	- стили управления, коммуникации, деловое общение.	
<p>ОК 7</p> <p>Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Уметь</p> <p>- учитывать особенности менеджмента в земельно-имущественных отношениях.</p> <p>Знать</p> <p>- сущность и функции маркетинга.</p>	Тема 5.1
<p>ОК 8</p> <p>Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Уметь</p> <p>- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование.</p> <p>Знать</p> <p>- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.</p>	Тема 6.1

Содержание учебной дисциплины

Раздел 1. Основы менеджмента.

Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента, стили руководства.

Тема 1.2. Понятие организации, ее внутренняя и внешняя среда.

Раздел 2 . Управление организацией.

Тема 2.1. Сущность планирования и контроля производственной деятельности.

Тема 2.2. Процесс принятия и реализации управленческих решений.

Раздел 3. Управление персоналом организации и эффективное управление.

Тема 3.1. Основные элементы управления персоналом.

Тема 3.2. Элементы эффективного управления.

Раздел 4. Основы маркетинга.

Тема 4.1. Основные понятия маркетинга и маркетинговых исследований.

Тема 4.2. Маркетинговая среда фирмы.

Тема 4.3. Изучение поведения потребителей и сегментация рынка.

Раздел 5. Основные стратегии маркетинга.

Тема 5.1. Стратегическое планирование и контроль в маркетинге.

Тема 5.2. Ценообразование в маркетинге.

Раздел 6. Организация товародвижения.

Тема 6.1. Маркетинговые коммуникации.