

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Факультет среднего профессионального образования

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга**

Специальность 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Форма обучения очная

Срок получения СПО по ППССЗ 2 года 10 месяцев

Оренбург, 2022 г.

ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ

№ изменения, дата изменения и № протокола заседания учебно-методической комиссии структурного подразделения СПО, номер страницы с изменением

БЫЛО

СТАЛО

Основание: решение заседания ПЦК от «___» _____ №__ протокола
дата

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы менеджмента и маркетинга»

1.1. Область применения рабочей программы

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалиста среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании в рамках реализации программ переподготовки кадров в учреждении среднего профессионального образования.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалиста среднего звена

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» входит в профессиональный цикл.

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся 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.

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;
- оперировать основными категориями и понятиями менеджмента и маркетинга.

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;
- основные инструменты анализа при разборе конкретных ситуаций.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 102 часа, в том числе:

аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 68 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 34 часа.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результатом освоения учебной дисциплины является формирование профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций:

Код	Наименование результата обучения
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.
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 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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов	5 семестр
Максимальная учебная нагрузка (всего)	102	102
Аудиторная учебная нагрузка (всего)	68	68
в том числе:		
аудиторные занятия (лекции)	34	34
семинарские занятия	34	34
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	34	34
вопросы, выделенные на самостоятельное изучение	16	16
заполнение блоков портфолио	18	18
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета		

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Формируемая компетенция	Уровень освоения
1	2	3	4	5
Раздел 1. Основы менеджмента		18		
Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента, стили руководства	Содержание учебного материала Определение понятия менеджмента, сущности и содержания. Функции менеджмента в рыночной экономике: организация, планирование, мотивация и контроль деятельности организации. Система методов управления. Место менеджмента в системе социально-экономических категорий. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям). История возникновения менеджмента и его роль в развитии современного производства. Характерные черты современного менеджмента. Зарубежный опыт подготовки менеджеров в ведущих зарубежных странах. Личность менеджера. Лидерство и стиль управления. Власть и партнерство. Формальное и неформальное управление. Поведенческий подход. Ситуационные подходы к эффективному лидерству. Адаптивное руководство. Содержание и особенности труда менеджера. Внешний вид менеджера. Лидерские качества. Лидер и менеджер: сходства и различия.	2	ОК 1	1
	Семинарское занятие: введение в основы менеджмента и маркетинга; рассмотрение основных понятий менеджмента в профессиональной деятельности; составление портрета личности менеджера: его компетенции, знания, умения и навыки.	2 2		
Тема 1.2. Понятие организации, ее внутренняя	Содержание учебного материала Определение понятия организации. Организация как основа менеджмента. Характеристика признаков организации. Этапы жизненного цикла организации. Характеристика внешней среды организации. Две составляющие внешней среды.	4	ПК 1.4	1

и внешняя среда	Характеристика внутренней среды организации. Подсистемы организации. Сущность структуры управления. Принципы построения организационной структуры управления. Основные виды организационных структур. Роль выбора структуры управления в эффективной организации хозяйственной деятельности организации и ее подразделений. Достоинства и недостатки различных организационных структур.			
	Семинарское занятие: разбор конкретной ситуации по выбору структур управления в конкретных условиях; определение внутренней среды организации на конкретном примере.	2 2		
	Самостоятельная работа обучающихся: вопросы, выделенные на самостоятельное изучение: Достоинства и недостатки различных организационных структур. Анализ зарубежного опыта подготовки менеджеров в ведущих зарубежных странах. Характеристика особенностей менеджмента в области профессиональной деятельности.	4		
Раздел 2 . Управление организацией		12		
Тема 2.1. Сущность планирования и контроля производственной деятельности	Содержание учебного материала Функции менеджмента. Цикл менеджмента. Система методов управления. Планирование как одна из основных функций менеджмента. Сущность планирования производственной и профессиональной деятельности. Основные стадии планирования. Стратегические планы. Функции стратегического планирования и методы реализации стратегического плана. Тактические планы и их реализация. Особенности планирования производства в условиях рыночной экономики. Контроль: этапы, виды и правила контроля.	2	ПК 3.1	1

	Семинарское занятие: исследование цикла менеджмента на конкретном примере.	2		
Тема 2.2. Процесс принятия и реализации управленчески х решений	Содержание учебного материала Коммуникации. Понятие управленческого решения. Содержание и стадии процесса принятия управленческих решений. Методика принятия решений. Механизм принятия управленческих решений: общее руководство принятия решений; правила принятия решений; планы в принятии решений; принятие двусторонних решений руководителями одного уровня на основе индивидуального взаимодействия; целевые группы и их роль в принятии решений; матричный тип взаимодействия.	2	ОК 4	1
	Семинарское занятие: применение механизма принятия управленческих решений.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся: вопросы, выделенные на самостоятельное изучение: Характеристика особенностей планирования производства в условиях рыночной экономики. Коммуникации и эффективность управления.	4		
Раздел 3. Управление персоналом организации и эффективное управление		20		
Тема 3.1. Основные элементы управления персоналом	Содержание учебного материала Управление человеком и управление группой. Формирование человеческого капитала. Групповая динамика и разрешение конфликтов. Планирование личной работы руководителя Мотивация: критерии мотивации труда, индивидуальное и групповая мотивация, ступени мотивации. Содержательные теории мотивации (теория А. Маслоу, Мак-Клеланда, Ф. Герцберга, М.Фриберга). Процессуальные теории мотивации (теория ожиданий, теория справедливости, теория мотивации Л.Портера-Э.Лоулера). Мотивация трудовой деятельности персонала. Определение понятия мотивационной политики организации. Цель, принципы и методы	4	ОК 6	1

	мотивационной политики. Цель и порядок разработки мотивационной программы организации.			
	Семинарское занятие: деловая игра по организации проведения деловых совещаний и переговоров; практикум по разработке мотивационной программы организации.	2 2		
	Самостоятельная работа обучающихся: вопросы, выделенные на самостоятельное изучение: Деловое общение. Организация проведения деловых совещаний и переговоров. Основные типы собеседников. Управленческое общение: формы, основные законы, шкала отношений и правила аттракции и общение. Организация взаимоотношений с сотрудниками.	4		
Тема 3.2. Элементы эффективного управления	Содержание учебного материала Ресурсы, качество и эффективность управления. Система информационного обеспечения управления. Инновационный потенциал менеджмента, профессионализация менеджмента. Классификация стилей управления. Авторитарный стиль управления. Демократический стиль управления. Либеральный стиль управления.	2	ОК 3	1
	Семинарское занятие: обсуждение вопросов эффективности управления.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся: вопросы, выделенные на самостоятельное изучение: Особенности мотивации труда в России. Исследование делового и управленческого общения. Характеристика системы информационного обеспечения управления. Инновационные проблемы современного менеджмента.	4		
Раздел 4. Основы маркетинга		24		
Тема 4.1.	Содержание учебного материала	4	ПК 1.4	1

Основные понятия маркетинга и маркетинговых исследований	Маркетинг как экономическая категория. История возникновения маркетинга и концепции рыночной экономики. Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка, рынок. Маркетинговое понимание товара. Жизненный цикл товара. Основные цели, задачи, принципы и функции маркетинга. Управление и комплекс маркетинга. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности (по отраслям). Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Источники и виды маркетинговой информации. Достоинства и недостатки первичной и вторичной информации. Способы проведения маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Инструменты маркетинговых исследований: анкеты и технические средства. Способы связи с аудиторией.			
	Семинарское занятие: выполнение маркетингового исследования и анализ результатов собранной информации.	4		
Тема 4.2. Маркетинговая среда фирмы	Содержание учебного материала Понятие маркетинговой среды и ее составные части. Внутренняя среда фирмы: высшее руководство, кадры, служба НИОКР, служба МТС, производство, финансовые службы, служба маркетинга. Микросреда предприятия. Основные правила работы с поставщиками. Прямые и потенциальные конкуренты. Контактные аудитории. Основные элементы макросреды предприятия.	2	ОК 2	1
	Семинарское занятие: изучение и анализ влияния факторов маркетинговой среды на работу фирмы.	2		

Тема 4.3. Изучение поведения потребителей и сегментация рынка	Содержание учебного материала Понятие потребительского рынка. Модель покупательского поведения. Принципы формирования правильного представления о поведении потребителей. Основные характеристики покупателей. Факторы, влияющие на поведение покупателей. Реакция покупателей на покупку. Этапы принятия решения о покупке. Типы покупателей при принятии решения о покупке. Понятие и роль сегментов рынка. Объекты и цели сегментации рынка. Критерии сегментации. Признаки сегментации рынка. Понятие и процесс позиционирования товара. Карта позиционирования. Методика позиционирования товара на рынке. Стратегии охвата рынка.	4	ОК 5	1
	Семинарское занятие: составление характеристики поведения различных групп покупателей.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся: заполнение блоков портфолио: <ol style="list-style-type: none"> 1. Блок. Иллюстрация жизненного цикла товара (на примере конкретного товара и фирмы) 2. Блок. Разработка анкеты и проведение опроса потребителей. Оценка поведения различных групп покупателей. 3. Блок. Анализ факторов микро- и макросреды(на примере конкретной фирмы) 	6		
Раздел 5. Основные стратегии маркетинга		14		
Тема 5.1. Стратегическое планирование и контроль в маркетинге	Содержание учебного материала Понятие и сущность стратегического планирования в управлении предприятием. Элементы стратегии планирования. Цель стратегического планирования. Стратегии роста предприятия. Виды диверсификационного и интеграционного роста. Разделы плана маркетинга. Разработка бюджета маркетинга. Типы маркетингового контроля.	2	ОК 7	1

	Семинарское занятие: изучение особенностей стратегического планирования в маркетинге (по отраслям).	2		
Тема 5.2. Ценообразование в маркетинге	Содержание учебного материала Понятие, сущность и функции цены. Типы рынков в зависимости от ценообразования. Стадии товародвижения. Виды цен. Структура цены. Классификация цен. Этапы ценообразования. Психологические приемы тактики ценообразования. Методы ценообразования. Факторы, влияющие на установление цены продукта. Ценовые стратегии маркетинга. Суть и виды ценовых скидок.	2	ОК 5	1
	Семинарское занятие: выполнение ценового анализа конкретного товарного рынка.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся: заполнение блоков портфолио: 4. Блок. Исследование маркетинговой стратегии и типа контроля (на примере конкретного товара и фирмы) 5. Блок. Анализ цен. Разработка стратегии ценообразования (на примере конкретного товара и фирмы)	6		
Раздел 6. Организация товародвижения		14		
Тема 6.1. Маркетинговые коммуникации	Содержание учебного материала Понятие и цели товародвижения. Элементы системы товародвижения. Каналы распределения товаров в маркетинге. Функции каналов товародвижения. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Стратегии распределения. Классификация посреднических организаций. Задачи и формы оптовой и розничной торговли. Типы маркетинговых систем. Сущность понятия ФОССТИС, его составные части и средства. Маркетинговая коммуникация – основная функция ФОССТИС. Состав и процесс маркетинговых коммуникаций. Понятие	4	ОК 8	1

	рекламы и ее виды. Система стимулирования сбыта, пропаганда, метод прямых продаж, личные продажи, мерчендайзинг. Имидж и фирменный стиль. Понятие «Паблик рилейшнз». Рыночная атрибутика товара: товарно-знаковая символика, упаковка и маркировка товара.			
	Семинарское занятие: изучение применения средств маркетинговых коммуникаций в практической деятельности (по отраслям).	2		
	Самостоятельная работа обучающихся: заполнение блоков портфолио: 6. Блок. Оценка использования каналов товародвижения (на примере конкретного товара и фирмы) 7. Блок Рассмотрение рекламной деятельности фирмы. Разработка рекламного обращения и / или создания товарного знака и логотипа.	6		
	Зачетное занятие	2		
	Итого за 5 семестр:	102		
	Всего:	102		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета менеджмента и маркетинга.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методического комплекса по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга», раздаточный материал.

Технические средства обучения:

Набор демонстрационного оборудования с возможностью использования мультимедиа.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Нормативно-правовые акты:

1. Понятие юридического лица : Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): федер. закон от 30.11.1994. № 51 – ФЗ : измен. и доп. 16.04.2022. № 99 – ФЗ // Консультант Плюс: комп. справ. правовая система [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс». – Электрон. дан. – [М.]. – URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/68642eb1daeec13480d8f283f27bc14b42b929df/

2. Коммерческие и некоммерческие организации : Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): федер. закон от 30.11.1994 № 51 – ФЗ : измен. и доп. 16.04.2022. № 99 – ФЗ // Консультант Плюс: комп. справ. правовая система [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс». – Электрон. дан. – [М.]. – URL: <http://http://http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?from=287003-574&req=doc&rnd=4XFk3Q&base=LAW&n=402655#AcGJnvSk1xnuA9Um1>

3. Определение предприятия : Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): федер. закон от 30.11. 1994№ 51 – ФЗ : измен. и доп. 16.04.2022. № 99 – ФЗ // Консультант Плюс: комп. справ. правовая система [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс». – Электрон. дан. – [М.]. – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?n=69407&diff=402655&from=287003-1923-diff&req=doc&base=LAW&rnd=15844F5B128647DCAA76C21615667227#1krInvS8aWavgsoP>

Основная литература:

1. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491094>

2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491625>

Дополнительная литература:

1. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 448 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02995-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492037>

2. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 358 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531183>

Официальные, справочно-библиографические и периодические издания:

1. Журнал «АПК: экономика, управление»
2. Журнал «Российский экономический журнал»

Перечень рекомендуемых интернет-ресурсов:

1. <http://ecsocman.edu.ru> Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
2. <http://www.edu.ru> Российское образование Федеральный портал
3. <http://www/marketingandresearch.ru> журнал
4. <http://www/marketing.spb.ru/> энциклопедия
5. <http://www/marketing.mix.com.ua/> маркетинг

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Иметь практический опыт:	
формирования организационной структуры управления на основе анализа внутренней и внешней среды организации	разбор конкретной ситуации, самостоятельная работа, выполнение маркетингового исследования дифференцированный зачет
планирования и организации работы подразделений на основе критического анализа современных экономических проблем	разбор конкретной ситуации, выполнение индивидуальных заданий (исследование), дифференцированный зачет
решения типичных маркетинговых задач	разбор конкретной ситуации, самостоятельная работа, выполнение маркетингового исследования дифференцированный зачет
Умения:	
планировать и организовывать работу подразделения	разбор конкретной ситуации, выполнение индивидуальных заданий (исследование), дифференцированный зачет
формировать организационные структуры управления	разбор конкретной ситуации, самостоятельная работа, выполнение маркетингового исследования дифференцированный зачет
разрабатывать мотивационную политику организации	практические задания, выполнение индивидуальных заданий дифференцированный зачет
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	практические задания, дифференцированный зачет
принимать эффективные решения, используя систему методов управления	практические задания, самостоятельная работа, дифференцированный зачет
учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях	практические задания, самостоятельная работа, дифференцированный зачет
анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;	практические задания, самостоятельная работа, выполнение индивидуальных заданий дифференцированный зачет
определять стратегию и тактику	практические задания,

относительно ценообразования	самостоятельная работа, выполнение индивидуальных заданий дифференцированный зачет
оперировать основными категориями и понятиями менеджмента и маркетинга	разбор конкретной ситуации, самостоятельная работа, выполнение маркетингового исследования дифференцированный зачет
Знания:	
сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития	практические задания, выполнение индивидуальных заданий дифференцированный зачет
особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)	разбор конкретной ситуации, выполнение индивидуальных заданий (исследование), дифференцированный зачет
цикл менеджмента	практические задания, выполнение индивидуальных заданий дифференцированный зачет
внешняя и внутренняя среда организации	разбор конкретной ситуации, самостоятельная работа, выполнение маркетингового исследования дифференцированный зачет
процесс принятия и реализации управленческих решений	практические задания, самостоятельная работа, дифференцированный зачет
функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта	практические задания, самостоятельная работа дифференцированный зачет
систему методов управления	практические задания, самостоятельная работа
методику принятия решений	практические задания, самостоятельная работа, дифференцированный зачет
стили управления, коммуникации, деловое общение	практические задания, самостоятельная работа, дифференцированный зачет
сущность и функции маркетинга	разбор конкретной ситуации, самостоятельная работа, выполнение маркетингового исследования дифференцированный зачет
конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	практические задания, самостоятельная работа, дифференцированный зачет

основные инструменты анализа при разборе конкретных ситуаций

практические задания,
самостоятельная работа,
дифференцированный зачет

Программа разработана в соответствии с ФГОС СПО по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения», утвержденный Министерством образования и науки Российской Федерации 12 мая 2014 года, приказ № 486 и зарегистрированный в Минюст России 27 июня 2014 года № 32885.

Разработала:



Е.Г. Шилова