

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ООП	4
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	6
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	7
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	9
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	20
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	20
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	20
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	21

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной образовательной программы среднего профессионального образования - программы подготовки специалистов среднего звена, разработанной в соответствии с ФГОС СПО

ФГОС СПО	Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения. (приказ Минобрнауки России от 12.05.2014 г. № 486)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины "Основы менеджмента и маркетинга" является получение обучающимися теоретических и методологических знаний, приобретение основных умений и навыков, с помощью которых возможно осуществление работы по эффективному управлению в организациях, применения и практики делового общения, ознакомление с основными подходами к пониманию сущности и значения менеджмента и маркетинга в современной экономике, изучение закономерностей управления различными системами (организациями), освоение методологического и методического аппарата менеджмента и маркетинга, формирование теоретической базы для дальнейшего освоения управленческих дисциплин.

В результате освоения 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

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;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов			
	Всего за	Контактная работа (по уч.зан.)	Самостоятель	

	семестр	Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование	ная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
Семестр 4						
Зачет с оценкой	0	86	44	42	42	0

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ООП

В результате освоения ООП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС СПО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
ПК 1.4 Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; - осуществлять его сегментацию и позиционирование; - определять стратегию и тактику относительно ценообразования
ПК 3.1 Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; - определять стратегию и тактику относительно ценообразования

Общие компетенции (ОК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
ОК 7 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - процесс принятия и реализации управленческих решений - функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта - методику принятия решений - стили управления, коммуникации, деловое общение <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать и организовывать работу подразделения - разрабатывать мотивационную политику организации - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения - принимать эффективные решения, используя систему методов управления

<p>ОК 8 Быть готовым к смене технологий профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - процесс принятия и реализации управленческих решений - функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта - методику принятия решений <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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
<p>ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; - сущность и функции маркетинга <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях
<p>ОК 6 Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; - процесс принятия и реализации управленческих решений; - стили управления, коммуникации, деловое общение <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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
<p>ОК 3 Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - цикл менеджмента; - процесс принятия и реализации управленческих решений; - методику принятия решений <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать и организовывать работу подразделения; - разрабатывать мотивационную политику организации

<p>ОК 2 Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); - внешнюю и внутреннюю среду организации <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях
<p>ОК 5 Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - процесс принятия и реализации управленческих решений; - стили управления, коммуникации, деловое общение; - функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать и организовывать работу подразделения; - принимать эффективные решения, используя систему методов управления; - разрабатывать мотивационную политику организации; - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения
<p>ОК 4 Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - цикл менеджмента - функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; - система методов управления <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать и организовывать работу подразделения; - формировать организационные структуры управления; - принимать эффективные решения, используя систему методов управления

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
			Часов				
Семестр 4		128					
Тема 1.	Основные направления и школы менеджмента	6	2		2	2	
Тема 2.	Организация как основа менеджмента. Внешняя и внутренняя среда организации	12	4		4	4	
Тема 3.	Функции менеджмента. Планирование как функция менеджмента	6	2		2	2	
Тема 4.	Организация как функция	12	4		4	4	

Тема 5.	Координация в деятельности организации. Контроль и регулирование	12	4		4	4	
Тема 6.	Управленческие решения: процесс принятия и реализации	8	4		2	2	
Тема 7.	Мотивация в системе менеджмента	6	2		2	2	
Тема 8.	Функции руководства. Коммуникационный процесс	6	2		2	2	
Тема 9.	Культура организации	6	2		2	2	
Тема 10.	Теоретические основы маркетинга	12	4		4	4	
Тема 11.	Маркетинговые исследования. Основные направления исследования	12	4		4	4	
Тема 12.	Комплекс маркетинга	24	8		8	8	
Тема 13.	Организация и управление маркетингом	6	2		2	2	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
тема 1-13	тест №1-13	студент делает выбор правильного ответа из нескольких правдоподобных, предложенных на выбор. Оценивается знание изученного материала.	оценивается от 2 до 5 баллов
тема 1-13	вопросы для устного опроса №1-13	устный опрос по вопросам	оценивается от 2 до 5 баллов
тема 1-13	самостоятельная работа №1-13	выполнение заданий по теме	оценивается от 2 до 5 баллов
тема 1-13	практическая работа №1-13	решение практических задач по теме	оценивается от 2 до 5 баллов
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
4 семестр (ЗаО)	Билет к дифференцированному зачету	Билет содержит два вопроса: теоретический вопрос и практическое задание. Количество билетов - 25.	оценивается от 2 до 5 баллов

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ООП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин (предметов) и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

Тема 1. Основные направления и школы менеджмента
Предмет менеджмента как научной дисциплины. Менеджмент как синтез науки и искусства управления. Субъекты и объекты управления. Содержательные понятия менеджмента. Эволюция менеджмента: условия и предпосылки возникновения. Школы управления. Научные подходы к управлению.
Основные принципы управления как условия формирования эффективного менеджмента. Схема процесса управления.

Тема 2. Организация как основа менеджмента. Внешняя и внутренняя среда организации
Миссия и цели организации. Цели организации. Свойства и виды целей. Содержание и значение метода управления по целям.
Внутренняя и внешняя среда организации. Внешняя среда организации, виды. Элементы внешней среды: факторы прямого и косвенного воздействия. Составляющие внутренней среды организации, особенности их регулирования в системе менеджмента организации. Методы анализа окружающей среды организации.

Тема 3. Функции менеджмента. Планирование как функция менеджмента
Понятие функций менеджмента. Общие функции. Конкретные функции менеджмента. Специфические функции менеджмента. Взаимосвязь функций. Функции менеджмента как этапы процесса управления.
Планирование как основная функция менеджмента. Содержание планирования. Виды планирования. Типы планов. Принципы планирования.

Тема 4. Организация как функция менеджмента
Организация как центральная функция менеджмента. Сущность организационной структуры управления. Элементы организационной структуры управления: звенья, уровни и связи.
Основные виды организационных структур управления. Механистические (бюрократические) структуры управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная. Органические (адаптивные) структуры управления: матричная и проектная.
Преимущества и недостатки организационных структур управления.
Факторы разработки организационных структур управления. Принципы и этапы проектирования организационных структур управления.

Тема 5. Координация в деятельности организации. Контроль и регулирование
Координация как функция управления. Факторы усложнения организационных взаимодействий. Способы координации деятельности (по Гэлбрейту). Способы координации (по Минцбергу).
Сущность и задачи контроля в системе управления. Составляющие процесса контроля и уровни его применения. Типы контроля. Этапы контроля. Характеристики эффективного контроля.

Тема 6. Управленческие решения: процесс принятия и реализации
Сущность и классификация управленческих решений. Управленческое решение как продукт труда деятельности менеджера. Классификация управленческих решений. Условия принятия управленческих решений.
Алгоритм принятия управленческого решения. Этапы процесса принятия и реализации управленческих решений. Методы принятия управленческих решений. Факторы принятия эффективных управленческих решений. Причины невыполнения управленческих решений.

Тема 7. Мотивация в системе менеджмента

Понятия «мотив» и «стимул», «мотивация» и «стимулирование»: общее и особенное. Теория и практика мотивации. Основная задача мотивации в менеджменте. Сущность мотиваций и их роль в повышении эффективности организации. Содержательные теории мотивации. Иерархия потребностей А. Маслоу. Потребности как основа мотивации. Основные виды мотивации. Теория мотиваторов Ф. Герцберга. Теория приобретенных потребностей Д. МакКлелланда. ERG-теория К. Альдерфера. Процессуальные теории мотивации. Теория ожиданий В. Врума. Теория постановки целей Э. Лока. Теория справедливости Дж. Адамса. Комплексная модель Л. Портера – Э. Лоулера. Мотивационный профиль личности и стимулирование. Мотивационные таблицы в системе менеджмента. Вознаграждение как способ удовлетворения потребностей и их влияние на мотивационное поведение человека. Материальное и моральное поощрение.

Тема 8. Функции руководства. Коммуникационный процесс

Содержательная характеристика функции руководства. Роли руководителя (по Г. Минцбергу). Система методов управления. Эффективность управления организацией (Т. Питерс, Р. Уотермен). Характеристики эффективного управления. Информация как основа коммуникационного процесса. Информация в системе управления. Этапы коммуникационного процесса. Деловое общение. Невербальная коммуникация. Препятствия обмену информацией. Управление коммуникациями в организациях.

Тема 9. Культура организации

Понятие организационной культуры. Корпоративная культура и климат организации. Структура и характеристика организационной культуры. Виды организационной культуры (OCAI, Ч. Хэнди). Изменение организационной культуры.

Тема 10. Теоретические основы маркетинга

Понятие, сущность и содержание маркетинга. Этапы развития маркетинга. Эволюция концепций управления маркетингом. Современные тенденции в маркетинге. Виды спроса и маркетинга. Цели, задачи, принципы и функции маркетинга. Маркетинговая среда организации. 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. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная. Краткая характеристика различных сред. Макросреда и конъюнктура рынка.

Тема 11. Маркетинговые исследования. Основные направления исследования рынка

Понятие и значение маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинга. Структура и содержание основных этапов маркетингового исследования. Методологические аспекты маркетинговых исследований. Количественные и качественные методы исследования. Виды маркетинговой информации, их достоинства и недостатки. Маркетинговый инструментарий. Виды и способы сбора маркетинговой информации. Анализ маркетинговой информации для принятия управленческих решений. Сегментирование, выбор целевого рынка и позиционирование товара. Понятие и классификация товарных рынков. Конъюнктура рынка, конъюнктурообразующие факторы и показатели. Сущность и значение сегментирования рынка. Общие и специфические критерии сегментирования. Оценка привлекательности сегмента, выбор целевого сегмента. Позиционирование. Методы управления поведением потребителей. Маркетинговые инструменты исследования конкурентной ситуации. Модели рынка и особенности поведения фирмы при различных моделях. Методы оценки конкурентоспособности предприятия. Бенчмаркинг.

Тема 12. Комплекс маркетинга

Товарная политика в системе маркетинга. Понятие и сущность товара в маркетинге. Основные способы классификации товаров в маркетинге. Мультиатрибутивная модель товара. Концепция и характеристика основных этапов жизненного цикла товара. Новый товар в маркетинге. Инструменты товарной политики. Показатели и методы оценки конкурентоспособности товара.

Ценообразование в системе маркетинга. Понятие, сущность и значение цены в маркетинге. Виды цен. Структура процесса ценообразования. Методы установления цен с учётом спроса, с ориентацией на затраты и конкурентов. Стратегии ценообразования. Способы дифференциации цен. Ассортиментное ценообразование. Реакция рынка на изменение цен. Инициативы и реакции в области цен.

Сбытовая политика фирмы. Понятие распределения. Функции, задачи и структура системы распределения. Виды каналов распределения. Прямой и косвенный сбыт. Способы оценки эффективности канала распределения. Вертикальная маркетинговая система. Виды и методы оптовой и розничной торговли.

Маркетинговые коммуникации. Понятие и виды маркетинговых коммуникаций. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций: цель, понятие, функции, виды, средства распространения. Структура и содержание основных разделов плана рекламных мероприятий. Оценка эффективности рекламной кампании. Особенности продвижения инвестиционных товаров и FMCG. Методы стимулирования сбыта. Функции, задачи и инструменты системы Public relations. Имидж фирмы

Тема 13. Организация и управление маркетингом

Принципы организации маркетинга на предприятии. Особенности организационных структур службы маркетинга. Функции и задачи службы маркетинга. Значение, структура и содержание основных разделов стратегического плана маркетинга. Стратегии маркетинга. Оценка маркетинговых возможностей предприятия. Бюджет маркетинга. Портфолио-анализ.

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 1. Основные направления и школы менеджмента

Практическая работа №1. Классические модели менеджмента. Особенности формирования российской модели менеджмента.

Выполнение практических заданий по организации принятия группового решения, анализ, моделирование ситуации при решении групповой задачи; взаимоотношения среди участников, руководство и доминирование в группе.

Основные вопросы для обсуждения :

1. Менеджмент и управление: это одно и то же?
2. Менеджер в современной организации. Субъект и объект менеджмента
3. Развитие менеджмента в зависимости от социально-экономических тенденций времени.
4. период систематизации и его отличительные черты.

Тема 2. Организация как основа менеджмента. Внешняя и внутренняя среда организации
Практическая работа №2.1 Выработка управленческих решений по достижению поставленных целей.

Выполнение практических заданий по созданию у участников игры ориентации на изменение целей, стоящих перед предприятием, за счет влияния фактов внешней и внутренней среды организации. Рассмотрение организации работы предприятия на примере практических ситуаций. Анализ влияния фактов внешней и внутренней среды на управление по целям.

Основные вопросы для обсуждения:

1. Миссия организации.
2. Цели организации. Свойства и виды целей.
3. Содержание и значение метода управления по целям.
4. «SWOT-анализ»
5. «Матрица McKinsey»
6. «PEST – анализ»

Практическая работа №2.2 Методы анализа влияния факторов внешней и внутренней среды: PEST, SWOT-анализ.

Практическое задание «SWOT-анализ». Провести по группам следующих организаций: риелторское агентство, агентство недвижимости, индивидуальный риелтор, кадастровое агентство
1 этап: Составление списков сильных и слабых сторон, возможностей и угроз.

2 этап: Определение полей пограничных стратегий. Поле СИВ – каким образом при помощи сильных сторон в максимальной мере использовать имеющиеся возможности. Поле СЛВ – каким образом за счет возможностей компенсировать слабые стороны компании. Поле СИУ – каким образом за счет сильных сторон избежать назревающих угроз. Поле СЛУ – что делать, если события будут развиваться в крайне неблагоприятном направлении?

3 этап: опишите три варианта сценариев:

Оптимистический: что следует делать «в идеале». Каким образом правильно распорядиться ресурсами компании и какие поступления и результаты можно прогнозировать при условии отсутствия неблагоприятных факторов.

Пессимистический: на что следует рассчитывать в худшем случае, если произойдут все реально вероятные неблагоприятные события. Каким образом перераспределять ресурсы и потоки, какие результаты можно прогнозировать.

Реалистический: какими должны быть действия руководства и сотрудников компании при наиболее вероятном стечении обстоятельств.

Тема 3. Функции менеджмента. Планирование как функция менеджмента

Практическая работа №3. Организация процесса планирования на предприятии. Основными этапами планирования.

Выполнение практических заданий по планированию деятельности предприятия; владение инструментами стратегического, тактического и текущего планирования; выбира из множества альтернатив одной.

Основные вопросы:

- 1) Понятие функций менеджмента. Общие функции.
- 2) Конкретные и специфические функции менеджмента.
- 3) Планирование как основная функция менеджмента.
- 4) Виды планирования.
- 5) Принципы планирования.

Тема 4. Организация как функция менеджмента

Практическая работа №4.1 Распределения функции по подсистемам организации. Построения организационной структуры управления предприятием.

Выполнение практических заданий по обоснованию формирования структурного подразделения; разработки структуру управления предприятием, предварительно выбрав ее тип.

Объектом анализа является организация, состоящая из определенных функциональных подразделений представленных в кейсах.

Вопросы для обсуждения:

1. Организация как центральная функция менеджмента.
2. Основные виды организационных структур управления. Механистические (бюрократические) структуры управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная.
3. Органические (адаптивные) структуры управления: матричная и проектная.
4. Преимущества и недостатки организационных структур управления.
5. Принципы и этапы проектирования организационных структур управления.

Практическая работа № 4.2 Составить организационные структуры механистического и органического типов.

Распределить функциональные обязанности по подразделениям организации согласно их специализации.

Тема 5. Координация в деятельности организации. Контроль и регулирование

Практическая работа №5.1 Классификация видов контроля., регулирования, координации.

Выполнение практических заданий: на основе материалов кейса разработать оценку реальной ситуации и тем самым создавать предпосылки для внесения корректив в запланированные показатели развития рассматриваемого предприятия.

Вопросы для обсуждения:

- 1) Сущность и задачи контроля в системе управления.
- 2) Типы контроля.
- 3) Этапы контроля.

Практическая работа №5.2 Классификация видов контроля., регулирования, координации.

Задачи: на основе материалов кейса разработать оценку реальной ситуации и тем самым создавать предпосылки для внесения корректив в запланированные показатели развития рассматриваемого предприятия.

Вопросы для обсуждения:

- 1) Способы координации деятельности (по Гэлбрейту).
- 2) Способы координации (по Минцбергу).

Тема 6. Управленческие решения: процесс принятия и реализации

Практическая работа №6. Разработка алгоритма решения управленческих проблем, приобретение практики коллективной выработки решений.

Выполнение практических заданий: найти на практике решение проблемы, которое необходимо представить в виде алгоритма, т.е. определенной последовательности умственных действий.

Вопросы для обсуждения:

- 1) Сущность управленческих решений.
- 2) Классификация управленческих решений.
- 3) Условия принятия управленческих решений.
- 4) Этапы процесса принятия и реализации управленческих решений.
- 5) Методы принятия управленческих решений.

Тема 7. Мотивация в системе менеджмента

Практическая работа №7. Факторы мотивации сотрудников на предприятиях.

Выполнение практических заданий: активная форма обсуждения концепции иерархии потребностей А. Маслоу и Модель Портера -Лоулера и выяснение возможности использования идей этих концепции в управлении людьми.

Вопросы для обсуждения:

1. Теория и практика мотивации.
2. Сущность мотиваций и их роль в повышении эффективности организации.
3. Содержательные теории мотивации.
4. Процессуальные теории мотивации.
5. Мотивационный профиль личности и стимулирование.

Практическое задание:

«Выбор стимулирующего воздействия».

Тема 8. Функции руководства. Коммуникационный процесс

Практическая работа №8. Навыки эффективной коммуникации.

Выполнение практических заданий по освоению грамотного, своевременного, достоверного доведение информации менеджером до подчинённых, обсуждение и подготовка сообщений.

Вопросы для обсуждения:

1. Содержательная характеристика функции руководства.
2. Роли руководителя (по Г. Минцбергу).
3. Эффективность управления организацией (Т. Питерс, Р. Уотермен).
4. Информация как основа коммуникационного процесса.
5. Виды коммуникаций в организациях.
6. Этапы коммуникационного процесса.
7. Коммуникационные сети.

Практические задания:

Разобрать представленные ситуации и ответить на вопросы.

Тема 9. Культура организации

Практическая работа №9. Навыки формирования и поддержания культуры организации в целом и в сфере недвижимости в частности.

Выполнение практических заданий по освоению студентами грамотного, своевременного, достоверного доведение информации менеджером до подчинённых, обсуждение и подготовка сообщений.

Вопросы для обсуждения:

- 1) Понятие организационной культуры.
- 2) Структура и характеристика организационной культуры.
- 3) Виды организационной культуры (OCAI, Ч.Хэнди).
- 4) Изменение организационной культуры.

Практические задания:

1. Существует система критериев для объективной оценки качеств менеджера. Они сгруппированы в семь категорий. Проанализируйте и определите необходимые и достаточные качества менеджера.
2. Какие требования к одежде сотрудников вы возьмете за основу в фирме: риелторская компания, агентство недвижимости, страховая фирма, комитет ЖКХ, регистрационный центр, банк, градостроительная организация? Какие требования к одежде будут у сотрудников при работе?

Тема 10. Теоретические основы маркетинга

Практическая работа №10.1 Основные понятия маркетинга, общее представление о науке «маркетинг».

Выполнение практических заданий по активному обсуждению концепций маркетинга и их развитие исходя из исторических изменений.

Вопросы для обсуждения:

1. Значение маркетинга в деятельности российских предприятий.
2. Основные проблемы маркетинга в России.

Практические задания:

1. Заполните таблицу, в которой сформулируйте основные признаки и особенности концепций управления маркетингом

Практическая работа №10.2 Концепции маркетинга

Выполнение практических заданий по формированию аналитических способностей студентов, умение оценивать и формировать концепции маркетинга, отработать навыки проведения анализа микро и макро среды различными методами.

Задачи: провести интерпретацию статей, сформулировать существующие стратегии маркетинга, идентифицировать действующую, решение кейса, проведение PEST-анализа.

Тема 11. Маркетинговые исследования. Основные направления исследования рынка

Практическая работа №11.1 Маркетинговые исследования

Семинар -практикум – проведение маркетингового исследования, дискуссия

Выполнение практических заданий: разработать план и отчет, на практике опробовать один из способов сбора маркетинговой информации (опрос).

Вопросы для обсуждения

1. Процедура маркетингового исследования
2. Методы сбора маркетинговой информации
3. Современные методы обработки маркетинговой информации

Практические задания:

1. Студентам предлагается составить собственное маркетинговое исследование на рынке недвижимости Екатеринбурга. Результаты исследований могут быть представлены в виде полного научного отчета.

Практическая работа №11.2 Основные направления исследования рынка недвижимости

Выполнение практических заданий по формированию коммуникационных навыков, формированию умения выступать на публике, формированию аналитических навыков.

Задачи: закрепить понятие конкурентоспособность, конъюнктура рынка, внешняя и внутренняя среда, обобщить изученный самостоятельно материал по теме "основные направления исследования рынка".

Задание : публичное выступление с эссе.

Тема 12. Комплекс маркетинга

Практическая работа №12.1 Товарная политика в системе менеджмент

Выполнение практических заданий: разработать новый продукт, подготовиться к деловой игре.

Форма проведения (активная) - решение ситуационных задач, мини-кейсов.

Практическая работа №12.2 Ценообразование в системе маркетинга

Выполнение практических заданий: провести расчет цен, подготовиться к деловой игре.

Форма проведения (активная) - решение ситуационных задач, мини-кейсов.

Практическая работа №12.3 Сбытовая политика в системе маркетинга

Выполнение практических заданий: разработать систему распределения товара, подготовиться к деловой игре.

Форма проведения (активная) - решение ситуационных задач, мини-кейсов.

Практическая работа № 12.4 Деловая игра: «Проект программы маркетинга нового продукта»

Выполнение практических заданий: разработать программу маркетинга нового продукта.

Практические задания:

В ходе деловой игры студенты делятся на группы и методом мозгового штурма разрабатывают основные элементы комплекса маркетинга принципиально нового продукта – товара или услуги- на предприятиях из разных сфер земельно-имущественных отношений на выбор (риелторская компания, агентство недвижимости, страховая фирма, комитет ЖКХ, регистрационный центр, банк, градостроительная организация): товарную, ценовую, распределительную и коммуникационную политику. Подготавливают доклад и защищают свой проект.

Тема 13. Организация и управление маркетингом

Практическая работа №13. Организация маркетинга на различных предприятиях.

Выполнение практических заданий: разобрать на примерах организацию и управление маркетингом на предприятиях; рассмотреть должностные инструкции маркетолога. Принципы организации маркетинга на предприятии; значение и структура стратегического плана маркетинга; виды маркетинговых стратегий; методы выбора стратегии; Портфолио-анализ.

Вопросы для обсуждения:

1. Что организует служба маркетинга на предприятии?
2. Что представляет собой функциональная структура организации маркетинговой службы предприятия?
3. Что представляет собой рыночная структура организации маркетинговой службы предприятия?
4. Всегда ли целесообразно организовывать собственную службу маркетинга?
5. Из чего складывается культура предприятия?
6. В чем заключаются функции маркетолога?
7. С чего приходится начинать стратегическое планирование в условиях России?
8. Как называются стратегические производственные единицы (СПЕ), находящиеся в фазе роста «жизненного цикла» товара и приносящие большую прибыль?
9. Чем отличаются стратегии БКГ и Мак-Кинзи?
10. Что представляет собой GAP-анализ?

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Основные направления и школы менеджмента

1. закрепление теоретических знаний по теме «Основные направления и школы менеджмента», развитие аналитических и практических навыков студентов;
2. выполнение заданий по СР №1

<p>Тема 2. Организация как основа менеджмента. Внешняя и внутренняя среда организации</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Организация как основа менеджмента. Внешняя и внутренняя среда организации», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. приобретение необходимых знаний и практических навыков по постановке оперативных целей работы организации; 3. выработка управленческих решений по достижению поставленных целей; 4. навыки анализа внутренней и внешней среды организации; 5. выполнение заданий по СР №2
<p>Тема 3. Функции менеджмента. Планирование как функция менеджмента</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Функции менеджмента. Планирование как функция менеджмента», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. выработка навыков организации процесса планирования на предприятии.; 3. выработка управленческих решений по достижению поставленных целей; 4. выполнение заданий по СР №3
<p>Тема 4. Организация как функция менеджмента</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Организация как функция менеджмента», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. Выработка навыков построения организационной структуры управления предприятием; 3. выполнение заданий по СР №4;
<p>Тема 5. Координация в деятельности организации. Контроль и регулирование</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Координация в деятельности организации. Контроль и регулирование», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. приобретение навыка классификации видов контроля, регулирования, координации; 3. выполнение заданий по СР №5;
<p>Тема 6. Управленческие решения: процесс принятия и реализации</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Управленческие решения: процесс принятия и реализации», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. Приобретение навыка разработки алгоритма решения управленческих проблем, приобретение умения выработки решений; 3. выполнение заданий по СР №6;
<p>Тема 7. Мотивация в системе менеджмента</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Мотивация в системе менеджмента», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. приобретение навыков формирования мотивации сотрудников на предприятиях; 3. выполнение заданий по СР №7
<p>Тема 8. Функции руководства. Коммуникационный процесс</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Функции руководства. Коммуникационный процесс», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. освоение студентами грамотного, своевременного, достоверного доведение информации менеджером до подчинённых; 3. выполнение заданий по СР №8
<p>Тема 9. Культура организации</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Культура организации», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. освоение студентами грамотного, своевременного, достоверного доведение информации менеджером до подчинённых; 3. выполнение заданий по СР №9

<p>Тема 10. Теоретические основы маркетинга</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Теоретические основы маркетинга», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. подготовка к выполнению практической работы №10; <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Маркетинговая среда организации», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. отработка навыков проведения анализа деятельности предприятия по различным методикам 3. выполнение заданий по СР №10
<p>Тема 11. Маркетинговые исследования. Основные направления исследования рынка</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Маркетинговые исследования.», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. отработка навыков проведения маркетинговых исследований 3. выполнение заданий по СР №11 <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Основные направления исследования рынка», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. отработка навыков проведения оценки конкурентоспособности предприятия по различным методикам 3. выполнение заданий по СР №11
<p>Тема 12. Комплекс маркетинга</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Комплекс маркетинга», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. приобретение практических навыков управления маркетинговой деятельностью на предприятиях различных сфер экономики; 3. выполнение заданий по СР №12 4. подготовка к практическим заданиям практической работы №12
<p>Тема 13. Организация и управление маркетингом</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. закрепление теоретических знаний по теме «Организация и управление маркетингом», развитие аналитических и практических навыков студентов; 2. выполнение заданий по СР №13

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
Не предусмотрена

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Не предусмотрена

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Не предусмотрена

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 150 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093460>
2. Шарапова Т. В. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: Учебное пособие Для СПО. - Москва: Юрайт, 2021. - 208 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/472399>
3. Михалева Е. П. Маркетинг [Электронный ресурс]: Учебное пособие Для СПО. - Москва: Юрайт, 2021. - 213 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/468314>
4. Мардас А. Н., Гуляева О. А. Основы менеджмента. Практический курс [Электронный ресурс]: Учебное пособие Для СПО. - Москва: Юрайт, 2021. - 175 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/472512>
5. Коргова М. А., Салогуб А. М. Менеджмент. История менеджмента [Электронный ресурс]: Учебное пособие Для СПО. - Москва: Юрайт, 2021. - 166 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/475736>
6. Трофимова Л. А., Трофимов В. В. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений [Электронный ресурс]: Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2021. - 335 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/471334>
7. Виханский О.С., Наумов А. И. Менеджмент [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: Издательство "Магистр", 2022. - 656 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1836393>

Дополнительная литература:

1. Грибов В. Д., Кисляков Г. В. Основы управленческой деятельности [Электронный ресурс]: Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2021. - 335 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/469820>
2. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 292 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1074173>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант+. Договор № 163/223-У/2020 от 14.12.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2021

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.