

АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины (профессионального модуля)

ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

по специальности: 21.02.05 Земельно-имущественные отношения
1 гоа 10 месяцев

1. Наименование образовательной программы, в рамках которой изучается дисциплина (профессионального модуля)

Дисциплина ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга входит в основную образовательную программу по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

2. Общая трудоёмкость

Дисциплина ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга изучается в объеме 115 часа, которые включают (32 ч. лекций, 32 ч. практических занятий, 42 ч. самостоятельных занятий, 9ч. Консультаций).

3. Место дисциплины (профессионального модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга» относится к общепрофессиональному циклу учебного плана.

Изучение дисциплины ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга требует основных знаний, умений и компетенций студента по дисциплинам: экономика организации

Дисциплина ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга является предшествующей для подготовки выпускной квалификационной работы.

4. Цель изучения дисциплины

Целью преподавания дисциплины ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга изучение теоретических и практических основ профессиональных и общих (компетенции ОК 1-8; ПК 1.4, 3.1).

Задачами дисциплины являются:

изучение методологических основ современного менеджмента, формирование научного представления о системе управления, формирование теоретических знаний и практического овладения конкретными навыками различных видов управленческой деятельности;

изучение сущности управления, его особенностей и задач, взаимосвязи с управлением экономическими и социальными процессами;

изучение основных показателей и критериев эффективности управления, формирование у студентов знаний в области организации маркетинговой деятельности на предприятиях различной организационно-правовой формы, показать роль маркетинга в процессе управления деятельностью предприятия

5. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга направлен на формирование следующих **общих компетенций (ОК)**:

Код	Наименование результата обучения
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

	решений 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	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
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 результате изучения дисциплины студент 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 реализация 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 результате изучения дисциплины студент 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.

6. Содержание дисциплины (профессионального модуля)

В основе ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга лежат 4 основополагающих разделов:

1. Общая характеристика менеджмента
2. Функции менеджмента в рыночной экономике
3. Методика принятия решений
4. Теоретические аспекты маркетинга

Обучение проходит в ходе аудиторной (практические занятия, лекции) и внеаудиторной (самостоятельной) работы студентов, что позволяет приобретать будущим специалистам необходимые знания, навыки и умения.

7. Формы организации учебного процесса по дисциплине

Изучение дисциплины ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга складывается из следующих элементов:

- лекции по дисциплине в соответствии с рабочей программой и календарным планом;
- практические занятия;
- самостоятельная работа обучающегося при изучении учебного/теоретического материала (по конспектам лекций), изучение основной и дополнительной литературы;
- самостоятельная работа при подготовке к практическим и лабораторным занятиям;
- выполнение индивидуального или группового задания;
- подготовка к промежуточной аттестации.

Подготовка к практическим занятиям и самостоятельное изучение отдельных рекомендуемых к изучению вопросов осуществляется с использованием:

- лекционных материалов;
- рекомендуемой литературы;
- периодических изданий;
- сети «Интернет».

8. Виды контроля

Зачет – 1 семестр.