

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)
ОП.04 «Основы менеджмента и маркетинга»

по специальности: 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

1. Наименование образовательной программы, в рамках которой изучается дисциплина

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» входит в основную образовательную программу по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

2. Общая трудоёмкость

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» изучается в объеме 115 часов, которые включают 32 ч. лекций, 32 ч. практических занятий, 51 ч. самостоятельных занятий и 9 ч. консультаций.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» относится к общему гуманитарному и социально-экономическому циклу учебного плана.

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» является предшествующей для подготовки выпускной квалификационной работы.

4. Цель изучения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является – формирование у студентов знаний о менеджменте как современной системе управления предприятием в условиях рыночной экономики, предполагающей создание условий рационального ведения и развития производственно-хозяйственной деятельности. Формирование у студентов знаний о том, что маркетинг является эффективным инструментом управления предприятием по достижению экономических целей, овладения конкретной долей рынка, предложения конкурентоспособных товаров и услуг, обеспечения эффективных методов содержания и эксплуатации объектов недвижимости. (компетенции ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ПК 1.4., ПК 3.1.).

Задачами дисциплины являются:

- формирование представлений о менеджменте и маркетинге;
- оказание помощи в выборе профиля обучения в средней (полной) школе;

- оказание помощи в выборе профессии;
- развитие умений ориентироваться в потоке разнообразной информации и типичных жизненных ситуациях;
- формирование знаний в области современных принципов управления;
- формирование навыков практического применения теоретических знаний при анализе целей и структуры организации;
- усвоение принципов осуществления основных функций менеджмента, принятия управленческих решений, построения эффективных коммуникационных сетей организации, управления организационной культурой;
- ознакомление с системой мероприятий эффективной организации маркетинговой деятельности;
- получение навыков проведения маркетинговых исследований, разработки маркетинговых стратегий и программ, организации коммуникативной и сбытовой деятельности; усовершенствования ценообразования, использования основных элементов маркетинга в практической деятельности.

5. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» направлен на формирование следующих **общих компетенций (ОК)**:

ОК 01 - Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.;

ОК 02 - Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.

ОК 03 - Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;

ОК 04 - Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.;

ОК 05 - Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.;

ОК 06 - Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;

ОК 07 - Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации;

ОК 08 - Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности;

Процесс изучения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» направлен на формирование следующих **профессиональных компетенций (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 результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- методы планирования и организации работы подразделения;
- основы формирования мотивационной политики организации;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- 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;
- принципы построения организационной структуры управления;
- принципы делового общения.
- содержание основных составляющих общего менеджмента;
- методологию и технологию современного менеджмента;
- характер тенденций развития современного менеджмента;
- требования, предъявляемые к современному менеджеру;
- стратегию и тактику маркетинга.

Уметь:

- использовать на практике методы планирования и организации работы подразделения;
- анализировать организационные структуры управления;
- проводить работу по мотивации трудовой деятельности персонала;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- учитывать особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;

- в соответствии с изменениями влияния внешней или внутренней среды определять направление менеджмента.

6. Содержание дисциплины

В основе дисциплины лежат 2 основополагающих раздела:

1. Менеджмент как вид профессиональной деятельности;
2. Особенности применения менеджмента в работе организаций;

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 «Основы менеджмента и маркетинга» складывается из следующих элементов:

- лекции по дисциплине в соответствии с рабочей программой и календарным планом;
- практические занятия;
- самостоятельное изучение проблем, вынесенных на лекционных и практических занятиях;
- самостоятельное изучение отдельных вопросов, не включенных в содержание лекционных и практических занятий;
- подготовка к текущему и промежуточному контролю знаний;
- подготовка к итоговому зачету;
- подготовка к экзамену и т.д.

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

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

8. Виды контроля

Зачет.