

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе учебной дисциплины
ОП.04 «основы менеджмента и маркетинга»
по специальности: 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»
срок обучения: 1 года 10 месяцев

1. Наименование образовательной программы, в рамках которой изучается дисциплина

Дисциплина «основы менеджмента и маркетинга» относится к обязательной части ОП 01 профессионального цикла учебного плана и 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 и 42 ч. самостоятельных занятий).

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «основы менеджмента и маркетинга» относится к общепрофессиональным дисциплинам профессионального цикла учебного плана.

Изучение дисциплины «основы менеджмента и маркетинга» требует основных знаний, умений и компетенций студента по курсам: основы менеджмента и маркетинга, история, основы философии.

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 знаний законов и принципов экономики, позволяет правильно оценивать сложные экономические процессы и принимать оптимальные хозяйственные решения. (компетенции ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОК-4, ПК 1.1., ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5., ПК 2.1., ПК 2.2, ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3., ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4, ПК 4.5, ПК 4.6).

Задачами дисциплины являются:

1. ознакомить студентов с основными положениями и методами экономической науки и хозяйствования, их юридическим отражением и обеспечением в российском законодательстве;
2. создать представление о современном состоянии мировой экономики и особенности функционирования российских рынков;
3. создать представление о роли государства в согласовании долгосрочных и краткосрочных экономических интересов общества;
4. объяснить принципы и методы организации и управления малыми коллективами.

5. Требования к результатам освоения дисциплины:

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

- Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК-1).
- Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности (ОК-2).
- Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК-3).

– Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях (ОК-4).

Процесс изучения дисциплины «основы менеджмента и маркетинга» направлен на формирование следующих **профессиональных компетенций (ПК)**:

- Составлять земельный баланс района (ПК 1.1).
- Подготавливать документацию, необходимую для принятия управленческих решений по эксплуатации и развитию территорий (ПК 1.2).
- Готовить предложения по определению экономической эффективности использования имеющегося недвижимого имущества (ПК 1.3).
- Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории (ПК 1.4).
- Осуществлять мониторинг земель территории (ПК 1.5).
- Выполнять комплекс кадастровых процедур (ПК 2.1).
- Определять кадастровую стоимость земель (ПК 2.2).
- Выполнять кадастровую съемку (ПК 2.3).
- Осуществлять кадастровый и технический учет объектов недвижимости (ПК 2.4).
- Формировать кадастровое дело (ПК 2.5).
- Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы (ПК 3.1).
- Использовать государственные геодезические сети и иные сети для производства картографо-геодезических работ (ПК 3.2).
- Использовать в практической деятельности геоинформационные системы (ПК 3.3).
- Определять координаты границ земельных участков и вычислять их площади (ПК 3.4).
- Выполнять поверку и юстировку геодезических приборов и инструментов (ПК 3.5).
- Осуществлять сбор и обработку необходимой и достаточной информации об объекте оценки и аналогичных объектах (ПК 4.1).
- Производить расчеты по оценке объекта оценки на основе применимых подходов и методов оценки (ПК 4.2).
- Обобщать результаты, полученные подходами, и давать обоснованное заключение об итоговой величине стоимости объекта оценки (ПК 4.3).
- Рассчитывать сметную стоимость зданий и сооружений в соответствии с действующими нормативами и применяемыми методиками (ПК 4.4).
- Классифицировать здания и сооружения в соответствии с принятой типологией (ПК 4.5).
- Оформлять оценочную документацию в соответствии с требованиями нормативных актов, регулирующих правоотношения в этой области (ПК 4.6).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

1. Генезис экономической науки, предмет, метод, функции и инструменты экономической теории;
2. Ресурсы и факторы производства, типы и фазы воспроизводства, роль экономических потребностей в активизации производственной деятельности, типы экономических систем, формы собственности;
3. Рыночные механизмы спроса и предложения на микроуровне, сущность и значение ценообразования, методы ценообразования, роль конкуренции в экономике, сущность и формы монополий, теорию поведения потребителя, особенности функционирования рынков производственных ресурсов;

4. Роль и функции государства в рыночной экономике, способы измерения результатов экономической деятельности, макроэкономические показатели состояния экономики, основные макроэкономические модели общего равновесия, динамические модели экономического роста, фазы экономических циклов;
5. Задачи и способы осуществления макроэкономической политики государства, механизмы взаимодействия инструментов денежно-кредитной и бюджетно-налоговой.

Уметь:

1. Оперировать основными категориями и понятиями экономической теории;
2. Использовать источники экономической информации, различать основные учения, школы, концепции и направления экономической науки;
3. Строить графики, схемы, анализировать механизмы взаимодействия различных факторов на основе экономических моделей;
4. Анализировать статистические таблицы системы национальных счетов, определять функциональные взаимосвязи между статистическими показателями состояния экономики;
5. Распознавать экономические взаимосвязи, оценивать экономические процессы и явления, применять инструменты макроэкономического анализа актуальных проблем современной экономики;
6. Разбираться в основных принципах ценообразования;
7. Выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом действия экономических закономерностей на микро- и макроуровнях.

6. Содержание дисциплины

В основе дисциплины лежат 8 основополагающих разделов:

1. Введение в экономическую науку.
2. Основы работы рыночного механизма.
3. Сущность производства.
4. Модели рынка.
5. Государственное регулирование экономики.
6. Денежно-кредитная система.
7. Рынок труда.
8. Международные экономические отношения.

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

Экзамен – 2 семестр

Составитель

Преподаватель СПО Шульгин А.В