

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе учебной дисциплины
ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

по специальности: 21.02.05 Земельно-имущественные отношения
2 года 10 месяцев
(нормативный срок обучения)

Год начала подготовки 2022 г.

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 90 часов, которые включают (32 ч. лекций, 28 ч. практических занятий, 30 ч. самостоятельных занятий).

В том числе количество часов в формате практической подготовки 72 ч.

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

Дисциплина ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга относится к профессиональному учебному циклу общепрофессиональных дисциплин 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 основ и формирование практических навыков в области менеджмента и маркетинговой деятельности (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 деятельности предприятия.

5. Требования к результатам освоения дисциплины:

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

- 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 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.

Процесс изучения дисциплины ОП.04 «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;
- 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;

-определять стратегию и тактику относительно ценообразования.

Иметь практический опыт:

- работы по применению систем менеджмента;

- определения внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность организации;

-работы с нормативными документами для системы менеджмента организации.

6. Содержание дисциплины (профессионального модуля)

В основе дисциплины лежат 4 основополагающих раздела:

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 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 – 3 семестр.