

Аннотация

ОП.04. Основы менеджмента и маркетинга

1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС для специальности: (укрупненная группа специальностей 21.00.00 Прикладная геология, горное дело, нефтегазовое дело и геодезия), 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, для обучающихся очной формы обучения.

2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина ОП.04. Основы менеджмента и маркетинга относится к профессиональному циклу, общепрофессиональным дисциплинам. Дисциплина реализуется в рамках обязательной части.

3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 1 - 8 ПК 1.4, 3.1	<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;- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;- определять стратегию и тактику относительно ценообразования	<ul style="list-style-type: none">- 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
ОК 1	<ul style="list-style-type: none">- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях	<ul style="list-style-type: none">- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)
ОК 2	<ul style="list-style-type: none">- принимать эффективные решения, используя систему методов управления	<ul style="list-style-type: none">- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития
ОК 3	<ul style="list-style-type: none">- определять стратегию и тактику относительно ценообразования	<ul style="list-style-type: none">- цикл менеджмента; функции менеджмента в рыночной экономике
ОК 4	<ul style="list-style-type: none">- разрабатывать мотивационную по-	<ul style="list-style-type: none">- методику принятия решений

	литику организации	
ОК 5	- принимать эффективные решения, используя систему методов управления	- внешнюю и внутреннюю среду организации; сущность и функции маркетинга
ОК 6	- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	- стили управления, коммуникации, деловое общение
ОК 7	- принимать эффективные решения, используя систему методов управления	- организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта
ОК 8	- планировать и организовывать работу подразделения	- процесс принятия и реализации управленческих решений
ПК 1.4	- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование	- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив
ПК 3.1	- формировать организационные структуры управления	- систему методов управления

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

<i>Вид учебной работы</i>	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	75
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	50
в том числе:	
лекции (уроки)	24
практические занятия	26
лабораторные занятия	-
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрена)</i>	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	25
Промежуточная аттестация в форме экзамена: - на базе среднего общего образования – в <i>третьем семестре</i>	

4.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. *Менеджмент.*

Тема 1.1. *Цели и задачи управления организациями различных организационно-правовых форм.*

Тема 1.2. *Функции менеджмента.*

Тема 1.3. *Внешняя и внутренняя среда организации.*

Тема 1.4. *Основы теории принятия управленческих решений.*

Тема 1.5. *Планирование: сущность и основные элементы.*

Тема 1.6. *Система мотивации труда.*

Тема 1.7. *Организация и контроль.*

Тема 1.8. *Методы управления.*

Раздел 2. *Маркетинг.*

Тема 2.1. *Сущность, цели и задачи маркетинга.*

Тема 2.2. *Маркетинговая среда.*

Тема 2.3. *Система маркетинговых исследований.*

Тема 2.4. *Товар и товарная политика.*

Тема 2.5. *Ценовая политика.*

Тема 2.6. *Маркетинговые коммуникации.*

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Колледж

ОДОБРЕНО

на заседании предметно-цикловой комиссии

протокол № _____ от _____

Председатель

ПЦК

_____ Фахретдинова Г.А.

Рабочая программа дисциплины

дисциплина

ОП.04. Основы менеджмента и маркетинга

Профессиональный цикл, общепрофессиональная дисциплина, обязательная часть

цикл дисциплины и его часть (обязательная, вариативная)

специальность

21.02.05

Земельно-имущественные отношения

код

наименование специальности

уровень подготовки

базовый

Уфа 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
1.1. Область применения рабочей программы.....	6
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	6
1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы.....	8
2.2. Тематический план и содержание дисциплины.....	9
3. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ, ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	15
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.....	15
4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля).....	15
4.2.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	15
4.2.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	16
4.3.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	17
5. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ.....	17
5.1. Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.....	17
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	20
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	24

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС для специальности: (укрупненная группа специальностей 21.00.00 Прикладная геология, горное дело, нефтегазовое дело и геодезия), 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, для обучающихся очной формы обучения.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина ОП.04. Статистика относится к профессиональному циклу, общепрофессиональным дисциплинам. Дисциплина реализуется в рамках обязательной части.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 1 - 8 ПК 1.4, 3.1	<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;- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;- определять стратегию и тактику относительно ценообразования	<ul style="list-style-type: none">- 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
ОК 1	<ul style="list-style-type: none">- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях	<ul style="list-style-type: none">- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)
ОК 2	<ul style="list-style-type: none">- принимать эффективные решения, используя систему методов управления	<ul style="list-style-type: none">- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития
ОК 3	<ul style="list-style-type: none">- определять стратегию и тактику относительно ценообразования	<ul style="list-style-type: none">- цикл менеджмента; функции менеджмента в рыночной экономике

ОК 4	- разрабатывать мотивационную политику организации	- методику принятия решений
ОК 5	- принимать эффективные решения, используя систему методов управления	- внешнюю и внутреннюю среду организации; сущность и функции маркетинга
ОК 6	- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	- стили управления, коммуникации, деловое общение
ОК 7	- принимать эффективные решения, используя систему методов управления	- организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта
ОК 8	- планировать и организовывать работу подразделения	- процесс принятия и реализации управленческих решений
ПК 1.4	- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование	- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив
ПК 3.1	- формировать организационные структуры управления	- систему методов управления

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

<i>Вид учебной работы</i>	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	75
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	50
в том числе:	
лекции (уроки)	24
практические занятия	26
лабораторные занятия	-
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрена)</i>	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	25
Промежуточная аттестация в форме экзамена: - на базе среднего общего образования – в <i>третьем</i> семестре	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)		Объем часов	Активные и интерактивные формы проведения занятий	Уровень освоения ¹
1	2		3		4
Раздел 1. Менеджмент					
Тема 1.1 . Цели и задачи управления организациями различных организационно-правовых форм	Содержание учебного материала		2	Проблемная лекция	1
1	Потребность и необходимость управления в деятельности человека. Менеджмент в системе понятий рыночной экономики. Эволюция менеджмента: условия и предпосылки возникновения менеджмента, школы менеджмента. Цели и задачи менеджмента.				
	Практическое занятие №1. Семинар на тему: «Эффективность методов управления в советский период».		2	Групповая дискуссия	
Тема 1.2. Функции менеджмента	Содержание учебного материала		1	Лекция-дискуссия	2
1	Функции менеджмента. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла.				
	2	Цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация и контроль) - основы управленческой деятельности. Характеристика функций цикла. Общие принципы управления.	1	Лекция-дискуссия	
Тема 1.3. Внешняя и внутренняя среда организации	Содержание учебного материала		1	Лекция-дискуссия	2
1	Организация как объект менеджмента. Внешняя среда организации. Взаимосвязь факторов внешней среды. Факторы среды прямого воздействия: поставщики, потребители, конкуренты; профсоюзы,				

		законы и государственные органы. Факторы среды косвенного воздействия: состояние экономики, политические факторы, социально-культурные факторы, международные события, научно-технический прогресс.				
	2	Внутренняя среда организации: структура, кадры, внутриорганизационные процессы, технология, организационная культура.	1	Лекция-дискуссия		
Тема 1.4. Основы теории принятия управленческих решений	Содержание учебного материала					
	1.	Типы решений и требования, предъявляемые к ним. Методы принятия решений. Уровни принятия решений: рутинный, селективный, адаптационный, инновационный.	1	Проблемная лекция	2	
	2.	Этапы принятия решений: установление проблемы, выявление факторов и условий, разработка решений, оценка и принятие решения. Делегирование полномочий.	1	Лекция-дискуссия		
	Практическое занятие №2. Принятие решений. Решение и обсуждение ситуационных заданий Анализ игровых моделей «Как я принимаю решение», тесты.		2	Групповая дискуссия		
	Практическое занятие №3. Решение ситуационных тестов по практике принятия решений		2	Разбор конкретных ситуаций		
	Самостоятельная работа №1:		4			
	1.	Изучение и анализ справочно-информационной литературы	2			
	2.	Подготовить доклад	2			
	Тематика «Влияние риска на процесс принятия решения».					
	Тема 1.5. Планирование: сущность и основные элементы	Содержание учебного материала				
1.		Планирование деятельности предприятия: общая характеристика. Основные виды планирования деятельности. Стратегическое, тактическое и оперативное планирование. Процесс планирования и его основные этапы. Принципы планирования: принципы единства, участия, непрерывности, гибкости, точности.	2	Лекция-дискуссия		2
Самостоятельная работа №2:		2				

	1.	Изучение и анализ справочно-информационной литературы	1		
	2.	Конспектирование	1		
	Тематика «Принципы планирования».				
Тема 1.6. Система мотивации труда	Содержание учебного материала				
	1.	Сущность понятия мотивация. Мотивация и мотивирование. Стимулы и мотивы. Стимулирование. Основные элементы мотивационного процесса.	2	Проблемная лекция	2
	Практическое занятие №4. Как избежать демотивации. Тесты: мотивация к успеху, мотивация к избеганию неудач. Дискуссия: правильная и неправильная мотивация. Лень - низкий уровень мотивации		4	Групповая дискуссия	
	Самостоятельная работа №3:		4		
	1.	Изучение и анализ справочно-информационной литературы	2		
	2.	Реферат.	2		
	Тематика «Элементы мотивационного процесса».				
Тема 1.7. Организация и контроль	Содержание учебного материала				
	1	Разработка структуры организации. Различные типы организационных структур. Принятие решения о выборе структуры организации. Делегирование полномочий. Сущность, виды, этапы контроля. Виды контроля: предварительный, текущий, итоговый (заключительный). Побочные эффекты контроля	2	Лекция-дискуссия	2
	Самостоятельная работа №4:		4		
	1.	Изучение и анализ справочно-информационной литературы	2		
	2.	Подготовить доклад	2		
Тематика «Побочные эффекты контроля».					
Тема 1.8. Методы управления	Содержание учебного материала				
	1	Экономические и экономико-математические методы. Организационно-распорядительные методы. Социально-психологические методы.	1	Лекция-дискуссия	2
	2	Лидерство и стили руководства в коллективе. Автоматизированные методы. Новые технологии	1	Лекция-дискуссия	

		управления.			
	Самостоятельная работа №5:		2		
	1.	Изучение и анализ справочно-информационной литературы	1		
	2.	Конспектирование	1		
	Тематика «Социально-психологический климат в коллективе».				
Раздел 2. Маркетинг					
Тема 2.1. Сущность, цели и задачи маркетинга					
	Содержание учебного материала		2	<i>Лекция-дискуссия</i>	1
1	Теоретические основы маркетинга и практическое применение их при функционировании предприятий в условиях рыночных отношений. Сущность маркетинга, эволюция его определения. Определение и сущность понятий, которые составляют теоретическую основу маркетинга.				
Тема 2.2. Маркетинговая среда					
	Содержание учебного материала		-	<i>Проблемная лекция</i>	2
1	Понятие маркетинговой среды. Анализ конкуренции на рынке. Сущность формы и методы конкуренции. Анализ реакции конкурента на действия фирмы в условиях олигополии. Анализ внешней и внутренней среды фирмы. Исследование и анализ внешней и внутренней среды фирмы.				
	Практическая работа №5. Сегментирование и позиционирование.		2	<i>Разбор конкретных ситуаций</i>	
	Практическая работа №6. Анализ поведения потребителя при совершении покупок (решение ситуационных задач).		4	<i>Разбор конкретных ситуаций</i>	
	Самостоятельная работа №6:		2		
	1.	Изучение и анализ справочно-информационной литературы	1		
	2.	Конспектирование	1		
	Тематика «Неконтролируемые и контролируемые факторы среды».				

Тема 2.3. Система маркетинговых исследований	Содержание учебного материала				
	1	Сущность маркетинговых исследований. Понятие маркетинговой информационной системы. Первичная и вторичная информация, преимущества и недостатки, что определяют целесообразность ее получения и использования. Виды маркетинговых исследований в зависимости от типа и методов получения информации, от цели исследований и количества исследуемых объектов.	1	Проблемная лекция	2
	2	Методы маркетинговых исследований: анализ документов, наблюдения, опроса, эксперимент.	1	Лекция-дискуссия	
	Практическая работа №7. Анализ окружающей среды торговой (или сбытовой, или маркетинговой) организации.		4	Разбор конкретных ситуаций	
	Практическая работа №8. Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации.		2	Разбор конкретных ситуаций	
Тема 2.4. Товар и товарная политика	Содержание учебного материала				
	1.	Понятие товара в системе маркетинга. Товарная политика фирмы. Служба сервиса для клиентов.	1	Лекция-дискуссия	2
	2.	Жизненный цикл товара – время существования товара на рынке. Концепция и стадии жизненного цикла товара. Роль стадии внедрения в создании рынка для нового товара.	1	Лекция-дискуссия	2
	Практическая работа №9. Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей. Анализ результатов опроса.		2	Групповая дискуссия	
	Практическая работа №10. Изучение методов формирования спроса и стимулирование спроса (семинар).		2	Групповая дискуссия	
	Самостоятельная работа №7:		3		
	1.	Изучение и анализ справочно-информационной литературы	1		
	2.	Реферат	2		
	Тематика «Товарный знак и его сущность».				
	Содержание учебного материала		2		
Тема 2.5. Ценовая политика	1	Система рыночных цен. Подходы к		Лекция-дискуссия	2

		ценообразованию с точки зрения потребителя и производителя. Методы установления исходной цены. Начисление определенной наценки на себестоимость товара. Расчет цены с обеспечением целевой прибыли. Установка цены на основе ценности товара. Стратегии ценообразования на товар-новинку.			
Тема 2.6. Маркетинговые коммуникации	Содержание учебного материала				
	1	Значение, место, цели, задание системы маркетинговых коммуникаций в комплексе маркетинга. Характерные особенности элементов системы маркетинговых коммуникаций. Роль рекламы. Разработка программы рекламной деятельности. Содержание, схема, форма и структура рекламного обращения. Выбор носителей рекламных объявлений и критерии оценки эффективности рекламы.	-	Лекция-дискуссия	2
	Самостоятельная работа №8:		4		
	1.	Изучение и анализ справочно-информационной литературы	2		
	2.	Подготовить доклад	2		
Тематика «Фирменный стиль и брендинг».					
		Всего	50 – аудиторные, 25 – самостоятельная работа		

Последовательное тематическое планирование содержания рабочей программы дисциплины, календарные объемы, виды занятий, формы организации самостоятельной работы также конкретизируются в календарно-тематическом плане (Приложение № 1).

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

Как правило, «1» ставится напротив темы, выносимой на лекционное занятие, «2»-«3» - ставится напротив тем, выносимых на практические занятия.

3. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ, ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) - комплект методических и контрольных материалов, используемых при проведении текущего контроля освоения результатов обучения и промежуточной аттестации. ФОС предназначен для контроля и управления процессом приобретения обучающимися необходимых знаний, умений, практического опыта и компетенций, определенных во ФГОС (Приложение № 2).

Типовые контрольные оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций представлены в Приложении № 2.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Лаборатория анализа данных (№108) – 48,7м² (г. Уфа, ул. К. Маркса, д. 3, корп. 4)

Персональный компьютер пэвмкламас в комплекте – 17 шт.

Доска – 1 шт.

Стол – 26 шт.

Стул – 26 шт.

Трибуна – 1 шт.

Кабинет менеджмента (№212) – 76,6м² (г. Уфа, ул. К. Маркса, д. 3, корп. 4)

Кабинет маркетинга (№212) – 76,6м² (г. Уфа, ул. К. Маркса, д. 3, корп. 4)

Персональный компьютер в комплекте hp, моноблок

Персональный компьютер в комплекте iku, моноблок

Доска – 1 шт.

Стол – 26 шт.

Стул – 26 шт.

Трибуна – 1 шт.

Кабинет менеджмента (№301) – 101,5м² (г. Уфа, ул. К. Маркса, д. 3, корп. 4)

Экран на штативе

Проектор Aser

Доска – 1 шт.

Стол – 26 шт.

Стул – 26 шт.

Трибуна – 1 шт.

4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

4.2.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная учебная литература:

1. Гапоненко, А.Л. Менеджмент: учебник и практикум для СПО / А.Л. Гапоненко.–М.:Юрайт, 2016 .– 396 с.

2. Лукичёва, Т.А. Маркетинг : учебник и практикум / Санкт-Петербургский ГУ; под ред. Т.А. Лукичёвой, Н.Н. Молчанова .— М.: Юрайт, 2016 .— 370 с.

3. Реброва, Н.П. Основы маркетинга: учебник практикум для СПО / Н.П. Реброва.–М.:Юрайт, 2017.– 277 с.

4. Синяева, И.М. Маркетинг : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ .— 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2018 .— 495 с.

5. Шапкин, И.Н. Менеджмент. Теория и практика : учебник / Финансовый университет при Правительстве РФ; под ред. И.Н. Шапкина .— 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2016 .— 692 с.

Дополнительная учебная литература:

1. Долгов, А.И. Стратегический менеджмент: учебное пособие / А.И. Долгов, Е.А. Прокопенко. – 4-е изд., стереотип. – М.: Флинта, 2016. – 278 с. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83145>.

2. Жильцова, О.Н. Маркетинг территорий : учебник и практикум / под ред. О.Н. Жильцовой .— М.: Юрайт, 2019 .— 262 с.

3. Романов, А.А. Маркетинг: учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 440 с. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116012>.

4. Шапиро, С.А. Маркетинг персонала : учебник / С.А. Шапиро, Е. К. Самраилова, Н.А. Говорова .— М.: Кнорус, 2018 .— 228 с.

4.2.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№	Наименование электронной библиотечной системы
1.	Электронная библиотечная система БашГУ www.bashlib.ru
2.	Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» https://elib.bashedu.ru/
3.	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/
4.	Электронная библиотечная система издательства «Юрайт» https://urait.ru/
5.	Электронная библиотечная система издательства «Лань» https://e.lanbook.com/
6.	Электронный каталог Библиотеки БашГУ http://ecatalog.bashlib.ru/cgi-bin/zgate.exe?init=bashlib.xml,simple.xml+rus
7.	БД периодических изданий на платформе EastView https://dlib.eastview.com/
8.	Научная электронная библиотека – https://www.elibrary.ru/defaultx.asp (доступ к электронным научным журналам) – https://elibrary.ru

№	Адрес (URL)
1.	http://www.aup.ru – Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа:свободный
2.	http://www.marketing.spb.ru – Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: свободный
3.	http://elibrary.ru/defaultx.asp? – Полнотекстовая коллекция российских научных журналов [Электронный ресурс]. – Режим доступа:свободный
4.	http://www.twirpx.com . – Электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа:свободный
5.	http://ecsosman.hse.ru/ – Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» [Электронный ресурс]. – Режим доступа:свободный

4.3.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Наименование программного обеспечения
Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии – бессрочные
Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г. Лицензии – бессрочные
Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License Version 3, 29 June 2007

5. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ

5.1. Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Активные и интерактивные формы проведения занятий

Активные и интерактивные формы проведения занятий реализуются при подготовке по программам среднего профессионального образования и предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации в атмосфере делового сотрудничества, оптимальной для выработки навыков и качеств будущего профессионала.

Основные преимущества активных и интерактивных форм проведения занятий:

- активизация познавательной и мыслительной деятельности студентов;
- усвоение студентами учебного материала в качестве активных участников;
- развитие навыков рефлексии, анализа и критического мышления;
- усиление мотивации к изучению дисциплины и обучению в целом;
- создание благоприятной атмосферы на занятии;
- развитие коммуникативных компетенций у студентов;
- развитие навыков владения современными техническими средствами и технологиями обработки информации;
- формирование и развитие способности самостоятельно находить информацию и определять уровень ее достоверности;
- использование электронных форм, обеспечивающих четкое управление учебным процессом, повышение объективности оценки результатов обучения студентов;
- приближение учебного процесса к условиям будущей профессиональной деятельности.

Активные и интерактивные формы учебных занятий могут быть использованы при проведении лекций, практических и лабораторных занятий, выполнении курсовых проектов (работ), при прохождении практики и других видах учебных занятий.

Использование активных и интерактивных форм учебных занятий позволяет осуществлять оценку усвоенных знаний, сформированности умений и навыков, компетенций в рамках процедуры текущего контроля по дисциплине (междисциплинарному курсу, профессиональному модулю), практике.

Активные и интерактивные формы учебных занятий реализуются преподавателем согласно рабочей программе учебной дисциплины (профессионального модуля) или программе практики.

Интерактивная лекция может проводиться в различных формах.

Проблемная лекция. Преподаватель в начале и по ходу изложения учебного материала создает проблемные ситуации и вовлекает студентов в их анализ. Разрешая противоречия, заложенные в проблемных ситуациях, обучаемые самостоятельно могут прийти к тем выводам, которые преподаватель должен сообщить в качестве новых знаний.

Лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые студенты должны отвечать непосредственно в ходе лекции.

Лекция с разбором конкретных ситуаций по форме организации похожа на лекцию-дискуссию, в которой вопросы для обсуждения заменены конкретной ситуацией, предлагаемой обучающимся для анализа в устной или письменной форме. Обсуждение конкретной ситуации может служить прелюдией к дальнейшей традиционной лекции и использоваться для акцентирования внимания аудитории на изучаемом материале.

Дискуссия – это публичное обсуждение или свободный вербальный обмен знаниями, суждениями, идеями или мнениями по поводу какого-либо спорного вопроса, проблемы. Ее существенными чертами являются сочетание взаимодополняющего диалога и обсуждения-спора, столкновение различных точек зрения, позиций.

Возможности метода групповой дискуссии:

- участники дискуссии с разных сторон могут увидеть проблему, сопоставляя противоположные позиции;
- уточняются взаимные позиции, что, уменьшает сопротивление восприятию новой информации;
- в процессе открытых высказываний устраняется эмоциональная предвзятость в оценке позиции партнеров и тем самым нивелируются скрытые конфликты;
- вырабатывается групповое решение со статусом групповой нормы;
- можно использовать механизмы возложения и принятия ответственности, увеличивая включенность участников дискуссии в последующую реализацию групповых решений;
- удовлетворяется потребность участников дискуссии в признании и уважении, если они проявили свою компетентность, и тем самым повышается эффективность их отдачи и заинтересованность в решении групповой задачи.

Основные функции преподавателя при проведении дискуссии:

- формулирует проблему и тему дискуссии, дает их рабочие определения;
- создает необходимую мотивацию, показывает значимость проблемы для участников дискуссии, выделяет в ней нерешенные и противоречивые моменты, определяет ожидаемый результат;
- создает доброжелательную атмосферу;
- формулирует вместе с участниками правила ведения дискуссии;
- добивается однозначного семантического понимания терминов и понятий;
- способствует поддержанию высокого уровня активности всех участников, следит за соблюдением регламента и темы дискуссии;
- фиксирует предложенные идеи на плакате или на доске, чтобы исключить повторение и стимулировать дополнительные вопросы;
- участвует в анализе высказанных идей, мнений, позиций; подводит промежуточные итоги, чтобы избежать движения дискуссии по кругу.
- обобщает предложения, высказанные группой, и подытоживает все достигнутые выводы и заключения;
- сравнивает достигнутый результат с исходной целью.

При проведении дискуссии могут использоваться различные организационные формы занятий.

Разбор конкретных ситуаций (кейс-метод). Метод кейсов представляет собой изучение, анализ и принятие решений по ситуации, которая возникла в результате происшедших событий, реальных ситуаций или может возникнуть при определенных обстоятельствах в конкретной организации в тот или иной момент времени.

Цели использования кейс-метода:

- развитие навыков анализа и критического мышления;
- соединение теории и практики;
- представление примеров принимаемых решений и их последствий;
- демонстрация различных позиций и точек зрения;
- формирование навыков оценки альтернативных вариантов в условиях неопределенности.

Метод разбора конкретных ситуаций может быть представлен такими своими разновидностями как решение ситуационных задач, выполнение ситуационных упражнений, кейс-стадии, метод «инцидента» и проч.

При разработке содержания кейсов (конкретных ситуаций) следует соблюдать следующие требования к учебному кейсу:

- Кейс должен опираться на знания основных разделов дисциплины, а не каких-то частностей.

- Кейс должен содержать текстовый материал (описание) и другие виды подачи информации (таблицы, графики, диаграммы, иллюстрации и т. п.).

- Кейс не должен содержать прямой формулировки проблемы.

- Кейс должен быть написан профессиональным языком, но в интересной для чтения форме.

- Кейс должен быть основан на реальных материалах, но названия компаний, товаров, географических мест и т. п. сведения могут быть изменены. Об этом должно быть сказано в сноске к описанию кейса.

Рекомендуется следующая структура кейса:

1. Описание ситуации.

2. Дополнительная информация в виде форм отчетности, статистических и аналитических таблиц, графиков, диаграмм, исторических справок о компании, списка источников и любой другой информации, которая нужна для анализа ситуации.

3. Методическая записка (1–2 стр.), содержащая как рекомендации для студента, анализирующего кейс, так и для преподавателя, который организует обсуждение кейса.

4. Перечень вопросов, которые должны помочь студентам понять его основное содержание, сформулировать проблему и соотнести проблему с соответствующими разделами учебной дисциплины.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Колледж

СОГЛАСОВАНО
Председатель
ПЦК

_____ Фахретдинова Г.А.

Календарно-тематический план

по дисциплине

ОП.04. Основы менеджмента и маркетинга

21.02.05

код

специальность

Земельно-имущественные отношения

наименование специальности

уровень подготовки

базовый

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов	Календарные сроки изучения (план)	Вид занятия	Домашнее задание
	Раздел 1. Менеджмент				
1	Тема 1.1. Цели и задачи управления организациями различных организационно-правовых форм	2	1 неделя	Лекция	Менеджмент: учебник и практикум для СПО / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; под ред. А. Л. Гапоненко .— Москва : Юрайт, 2016
	Практическое занятие №1.	2	2 неделя	Практическое занятие	
2	Тема 1.2. Функции менеджмента	2	2 неделя	Лекция	Менеджмент: учебник и практикум для СПО / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; под ред. А. Л. Гапоненко .— Москва : Юрайт, 2016
3	Тема 1.3. Внешняя и внутренняя среда организации	2	3 неделя	Лекция	Менеджмент: учебник и практикум для СПО / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; под ред. А. Л. Гапоненко .— Москва : Юрайт, 2016
4	Тема 1.4. Основы теории принятия управленческих решений	2	3 неделя	Лекция	Менеджмент: учебник и практикум для СПО / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; под ред. А. Л. Гапоненко .— Москва : Юрайт, 2016.
	Практическое занятие №2.	2	4 неделя	Практическое занятие	
	Практическое занятие №3.	2			
5	Тема 1.5. Планирование: сущность и основные элементы	2	5 неделя	Лекция	Менеджмент: учебник и практикум для СПО / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; под ред. А. Л. Гапоненко .—

					Москва : Юрайт, 2016
6	Тема 1.6. Система мотивации труда	2	5 неделя	Лекция	Менеджмент: учебник и практикум для СПО / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; под ред. А. Л. Гапоненко .— Москва : Юрайт, 2016
	Практическое занятие №4.	4	6 неделя	Практиче ское занятие	
7	Тема 1.7. Организация и контроль	2	7 неделя	Лекция	Менеджмент: учебник и практикум для СПО / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; под ред. А. Л. Гапоненко .— Москва : Юрайт, 2016
8	Тема 1.8. Методы управления	2	7 неделя	Лекция	Менеджмент: учебник и практикум для СПО / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; под ред. А. Л. Гапоненко .— Москва : Юрайт, 2016
	Раздел 2. Маркетинг				
9	Тема 2.1. Сущность, цели и задачи маркетинга	2	8 неделя	Лекция	Реброва, Наталья Петровна. Основы маркетинга : учебник практикум для СПО / Н. П. Реброва ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ .— Москва : Юрайт, 2017 .— 277 с. — (Профессиональное образование) .— Библиогр.: с. 276
10	Тема 2.2. Маркетинговая среда	2	8 неделя	Практиче ское занятие	Реброва, Наталья Петровна. Основы маркетинга : учебник практикум для СПО / Н. П. Реброва ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ .— Москва : Юрайт, 2017 .— 277 с. — (Профессиональное образование) .— Библиогр.: с. 276
	Практическое занятие №5.				
	Практическое занятие №6.	4	9 неделя		
11	Тема 2.3. Система маркетинговых исследований	2	10 неделя	Лекция	Реброва, Наталья Петровна. Основы маркетинга : учебник практикум для СПО / Н.

	Практическое занятие №7.	4	10-11 недели	Практическое занятие	П. Реброва ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ .— Москва : Юрайт, 2017 .— 277 с. — (Профессиональное образование) .— Библиогр.: с. 276
	Практическое занятие №8.	2	11 неделя		
12	Тема 2.4. Товар и товарная политика	2	12 неделя	Лекция	Реброва, Наталья Петровна. Основы маркетинга : учебник практикум для СПО / Н. П. Реброва ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ .— Москва : Юрайт, 2017 .— 277 с. — (Профессиональное образование) .— Библиогр.: с. 276
	Практическое занятие №9.	2	12 неделя	Практическое занятие	
	Практическое занятие №10.	2	13 неделя		
13	Тема 2.5. Ценовая политика	2	13 неделя	Лекция	Реброва, Наталья Петровна. Основы маркетинга : учебник практикум для СПО / Н. П. Реброва ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ .— Москва : Юрайт, 2017 .— 277 с. — (Профессиональное образование) .— Библиогр.: с. 276
Всего часов		50			

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Колледж

ОДОБРЕНО
на заседании предметно-цикловой комиссии
протокол № _____ от _____
Председатель
ПЦК

_____ Фахретдинова Г.А.

Фонд оценочных средств

по дисциплине

ОП.04. Основы менеджмента и маркетинга

Профессиональный цикл, общепрофессиональная дисциплина, обязательная часть

цикл дисциплины и его часть (обязательная, вариативная)

специальность

21.02.05

Земельно-имущественные отношения

код

наименование специальности

уровень подготовки

базовый

І Паспорт фондов оценочных средств

1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) предназначен для проверки результатов освоения дисциплины *ОП.04. ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА*, входящей в состав программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *21.02.05 Земельно-имущественные отношения*. Объем часов на аудиторную нагрузку по дисциплине 50 часов, на самостоятельную работу 25 часов.

2. Объекты оценивания – результаты освоения дисциплины

ФОС позволяет оценить следующие результаты освоения дисциплины в соответствии с ФГОС специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения и рабочей программой дисциплины *ОП.04. ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА*:

умения:

- 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;

знания:

- 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.

Вышеперечисленные умения, знания направлены на формирование у обучающихся следующих **общих и профессиональных компетенций**:

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.

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.

3. Формы контроля и оценки результатов освоения дисциплины

Контроль и оценка результатов освоения – это выявление, измерение и оценивание знаний, умений и формирующихся общих и профессиональных компетенций в рамках освоения дисциплины.

В соответствии с учебным планом специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, рабочей программой дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» предусматривается текущий и промежуточный контроль результатов освоения.

3.1 Формы текущего контроля

Текущий контроль успеваемости представляет собой проверку усвоения учебного материала, регулярно осуществляемую на протяжении курса обучения.

Текущий контроль результатов освоения дисциплины в соответствии с рабочей программой и календарно-тематическим планом происходит при использовании следующих обязательных форм контроля:

- *выполнение и защита практических работ,*
- *проверка выполнения самостоятельной работы студентов.*

Во время проведения учебных занятий дополнительно используются следующие формы текущего контроля – *устный опрос, тестирование по темам отдельных занятий.*

Выполнение и защита практических работ. Практические работы проводятся с целью усвоения и закрепления практических умений и знаний, овладения профессиональными компетенциями. В ходе практической работы студенты приобретают умения, предусмотренные рабочей программой дисциплины, учатся *анализировать полученные результаты и делать выводы, опираясь на теоретические знания.*

Список практических работ:

- *Практическая работа №1 «Семинар на тему: «Эффективность методов управления в советский период»*
Подготовить и обсудить доклады:
 - 1) Недостатки сталинских принципов перспективного развития советской экономики.
 - 2) Суть изменений, произведенных Н.С. Хрущевым в аграрной политике.
 - 3) Сущность экономической реформы 1965 г.
 - 4) Охарактеризовать особенности реформы 1979 г.
 - 5) Недостатки перестройки, начатой М.С. Горбачевым.
- *Практическая работа №2 «Принятие решений. Решение и обсуждение ситуационных заданий. Анализ игровых моделей «Как я принимаю решение», тесты»*

Тест «Умение рационально использовать время»

Ответьте на предложенные суждения и подсчитайте баллы: 0 – почти никогда; 1 – иногда; 2 – часто; 3 – почти всегда.

1. Я резервирую в начале рабочего дня время для подготовительной работы, планирования.
2. Я перепоручаю все, что может быть перепоручено.
3. Я письменно фиксирую задачи и цели, с указанием сроков их реализации.
4. Каждый официальный документ я стараюсь обрабатывать за один раз и окончательно.
5. Каждый день я составляю список предстоящих дел, упорядоченный по приоритетам.

Важнейшие вещи я делаю в первую очередь.

6. Свой рабочий день я освобождаю от посторонних телефонных разговоров незапланированных встреч, неожиданных совещаний.

7. Свою дневную нагрузку я распределяю в соответствии с графиком моей работоспособности.

8. В моем плане всегда есть окна, позволяющие реагировать на актуальные проблемы.

9. Я направляю свою активность таким образом, чтобы в первую очередь концентрироваться на немногих, «жизненно важных» проблемах.

10. Я умею говорить «нет», когда на мое время претендуют другие, а мне необходимо делать более важные дела.

Ключ к тесту 0–15 – Вы не планируете свое время и находитесь во власти внешних обстоятельств. Вы добьетесь своих целей, если составите список приоритетов и будете придерживаться его. 16–20 – Вы пытаетесь овладеть своим временем, но не всегда достаточно последовательны, чтобы иметь успех. 21–25 баллов – У Вас достаточно высокий уровень самоконтроля. 26–30 баллов – Вы можете служить образцом для каждого, кто хочет научиться рационально использовать свое время. У Вас стоит поучиться.

- *Практическая работа №3 «Решение ситуационных тестов по практике принятия решений»*

1. Какие конкретные действия должен предпринять менеджер, чтобы усилить мотивы к труду, используя позитивные и негативные психологические проявления у работников;

- великие цели, нравственные идеалы, высокую мораль, положительные традиции, стремление к совершенству и т. д.;
- ненависть, гнев, раздражительность, жадность и стяжательство, страх, корысть и т. д.;
- старание, настойчивость в работе, добросовестность, целеустремленность и т. д.

2. Выскажите свое отношение к стандартам управляющего-профессионала:

- увязывай вознаграждение с работой, которая приводит к росту производительности;
- признавай публично работников, чьи результаты превосходят средние;
- реализуй принцип «каждому свою долю от роста производительности труда»;
- не допускай разрыва между обещаниями и фактическим вознаграждением;
- не поддерживай специальных привилегий для руководства;
- не представляй дело так, будто бы программы роста производительности труда направлены на повышение оплаты труда работников.

3. Как Вы распределите дополнительный доход, полученный результате роста производительности труда производственной бригады, при условии: каждый 1 % роста производительности труда дает возможность роста заработной платы на 0,5 %. Дополнительный доход равен 100 %. Как распределить его:

уборщице;
подсобному рабочему;
рабочим-станочникам (одинакового разряда);
бригадиру;
руководству фирмы?

- *Практическая работа № 4 «Как избежать демотивации. Тесты: мотивация к успеху, мотивация к избеганию неудач. Дискуссия: правильная и неправильная мотивация. Лень - низкий уровень мотивации»*

- *Практическая работа №5 «Установление основных видов потребностей и товаров – как средство их удовлетворения (практическое задание по решению ситуационных задач)»*

1. На какой концепции управления основана деятельность следующих компаний:

- 1) Компания занимается производством инструмента. Компания совершенствует свои технологии, сокращая тем самым издержки производства, чтобы снизить затем и цены.
- 2) Компания занимается производством бытовой техники, постоянно совершенствуя свой товар. Менеджмент фирмы думает только о совершенствовании товарной политики, а не о спросе на него.
- 3) Компания производит недорогой текстиль не самого высокого качества, однако продукция широко представлена в торговой сети.

- 4) Компания занимается производством роликовых коньков. Новые модели компания разрабатывает на основе требований рынка
- 5) Строительная фирма занимается строительством нового торгового центра. На работу принимают только рабочих, имеющих прописку в данном городе.

2. К какому типу рынка относятся следующие рынки:

- 1) Очень большое число продавцов предлагают однотипные, полностью заменяемые товары, например, зерно, масло, сахарный песок. Преимущества в конкурентной борьбе обеспечиваются, прежде всего, за счет создания надежной, устойчивой репутации организации, эффективных систем сбыта и сервиса, проведения активных кампаний по продвижению продуктов.
- 2) Большое число конкурентов с приблизительно равными силами, выступающих с различающимися предложениями (дифференцированный товар, различное позиционирование). В этой ситуации продавец получает сверхприбыль за счет наличия отличительных свойств своего товара. В данных условиях работают, например, аптеки, рестораны, производители многих потребительских товаров.
- 3) В отрасли действует несколько крупных организаций, каждая из которых хорошо знакома с остальными, действия любого конкурента ощущаются остальными фирмами. При данном типе конкуренции компании предлагают аналогичные цены и пытаются выделить свою продукцию за счет товарной марки, дифференцированных потребительских свойств, условий поставки, уровня сервиса и т. п.
- 4) На рынке доминирует единственный изготовитель, близкие продукты-заменители отсутствуют.
- 5) *Практическая работа №6 «Анализ поведения потребителя при совершении покупок (решение ситуационных задач)»*

1. Опишите, каким образом вы используете основные элементы спирали рыночных отношений (потребность, желание, спрос, продукт, обмен и сделка) в следующих ситуациях:

- при покупке чашки кофе через торговый автомат;
- при покупке машины;
- при покупке туристской путевки.

- *Практическая работа №7 «Анализ окружающей среды торговой (или сбытовой, или маркетинговой) организации»*
 - *Практическая работа №8 «Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации»*
 - *Практическая работа №9 «Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей. Анализ результатов опроса»*
- 1) Ориентируя свою деятельность на запросы потребителей, фирма не может обойтись без сегментирования рынка. Опишите процесс сегментирования российского рынка фирмой по продаже канцелярских товаров, самостоятельно задав необходимые параметры.
 - 2) Опишите процесс отбора целевого рынка на примере фирмы по продаже ювелирных изделий из драгоценных металлов. Сколько сегментов рынка может включать в себя целевой рынок? Какие методы изучения целевого рынка Вы порекомендовали бы этой фирме?
 - 3) Какова конечная цель сегментирования рынка? Проанализируйте ситуацию: Вы вместе с Вашими старшими родственниками смотрите телевизионный рекламный ролик. Вам ролик нравится и вызывает желание совершить покупки. У Ваших родственников реакция противоположная. Нуждается ли ситуация в корректировке? Аргументируйте свой ответ.
- *Практическая работа №10 «Изучение методов формирования спроса и стимулирование сбыта (семинар)»*

Подготовить и обсудить доклады:

- 1) Стимулирование сбыта, его сущность, роль и виды
- 2) Личные продажи и прямой маркетинг как элементы продвижения товаров предприятия
- 3) Спонсоринг, его сущность, участники, виды и роль в продвижении товаров
- 4) Бренд, понятие, характеристика его составляющих, виды. Брендинг и ребрендинг

- 5) Паблик рилейшнз; определение, основные мероприятия и роль в продвижении товаров фирмы
- 6) Продактплейсмент: понятие, виды и роль в коммуникативной политике фирмы

Содержание, этапы проведения и критерии оценивания практических работ представлены в методических указаниях по проведению практических работ.

Проверка выполнения самостоятельной работы. Самостоятельная работа направлена на самостоятельное освоение и закрепление обучающимися практических умений и знаний, овладение профессиональными компетенциями.

Самостоятельная подготовка обучающихся по дисциплине предполагает следующие виды и формы работы:

- *Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы.*
- *Самостоятельное изучение материала и конспектирование лекций по учебной литературе.*
- *Написание и защита доклада; подготовка к сообщению или беседе на занятии по заданной преподавателем теме.*
- *Составление тестовых заданий по темам УД.*

Список самостоятельных работ:

- *Самостоятельная работа №1 «Изучение и анализ справочно-информационной литературы». Подготовить доклад по теме 1.4: Влияние риска на процесс принятия решения.*
- *Самостоятельная работа №2 «Изучение и анализ справочно-информационной литературы. Конспектирование». Подготовить доклад по теме 1.5: Принципы планирования.*
- *Самостоятельная работа №3 «Изучение и анализ справочно-информационной литературы. Реферат». Подготовить доклад по теме 1.6: Элементы мотивационного процесса.*
- *Самостоятельная работа №4 «Изучение и анализ справочно-информационной литературы». Подготовить доклад по теме 1.7: Побочные эффекты контроля.*
- *Самостоятельная работа №5 «Изучение и анализ справочно-информационной литературы. Конспектирование». Подготовить доклад по теме 1.8: Социально-психологический климат в коллективе.*
- *Самостоятельная работа №6 «Изучение и анализ справочно-информационной литературы. Конспектирование». Подготовить доклад по теме 2.2: Неконтролируемые и контролируемые факторы среды.*
- *Самостоятельная работа №7 «Изучение и анализ справочно-информационной литературы». Подготовить доклад по теме 2.4: Товарный знак и его сущность.*
- *Самостоятельная работа №8 «Изучение и анализ справочно-информационной литературы». Подготовить доклад по теме 2.6: Фирменный стиль и брендинг.*

Вопросы к устному опросу:

1. Цели и задачи менеджмента.
2. Основные функции менеджмента.
3. Менеджер и его роли.
4. Теории мотивации.
5. Понятие миссии, цели организации.
6. Процесс принятия управленческого решения.
7. Виды контроля.
8. Этапы стратегического планирования.
9. Сущность SWOT-анализа.
10. Виды стратегических альтернатив.

Примерные тесты:

1. Менеджмент - это:
 - Управление персоналом организации в условиях рынка с целью получения оптимальных результатов;

- Самостоятельный вид профессионально осуществляемой деятельности, направленной на достижение в ходе любой хозяйственной деятельности фирмы, действующей в рыночных условиях, определенных намеченных целей путем рационального использования материальных и трудовых ресурсов с применением принципов, функций и методов экономического механизма менеджмента;
 - Система управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия, направленная на получение прибыли посредством учета и активного влияния на рыночные условия и процессы.
2. Менеджмент - это:
- Управление в условиях рынка или рыночной экономики, которое предполагает ориентацию фирмы на спрос и потребности рынка, постоянное стремление к повышению эффективности производства, с целью получения оптимальных результатов;
 - Управление продажами фирмы, предполагающее постоянное исследование конъюнктуры и особенностей рынка;
 - Целенаправленная деятельность руководящего состава организации, а также руководителей и специалистов подразделений системы управления персоналом, который включает разработку концепции и стратегии кадровой политики и методов управления персоналом.
3. Под хозяйственной деятельностью в определении менеджмента понимается деятельность фирмы
- в любой отрасли экономики: промышленности, торговле, строительстве и др. и любой сфере деятельности фирмы: НИОКР, производство, сбыт и т.д.
 - которая показывает, каким образом ее руководители собираются достичь своих целей и решить задачи, в первую очередь повышения прибыльности работы предприятия.
 - направленная на разработку проектов и программ инновационной деятельности.
4. Менеджмент – это управление в условиях рынка, рыночной экономики, что означает:
- ориентацию фирмы на спрос и потребности рынка, на запросы конкретных потребителей и организацию производства тех видов продукции, которые пользуются спросом и могут принести фирме намечаемую прибыль;
 - способность управлять ресурсами, прогнозировать и планировать работу предприятия, владение способами повышения эффективности управления;
 - установление стандартов - определение целей и периода времени, за который эти цели должны быть достигнуты.
5. Рациональное использование материальных и трудовых ресурсов предполагает:
- достижение целей при минимуме затрат и максимуме эффективности, что осуществляется в процессе управления, когда сотрудники фирмы направляют свои действия на достижение общих целей на основе соответствующей мотивации их труда;
 - изложение возможных проблем, осложняющих реализацию проекта, определение комплекса предупреждающих мер, сценариев поведения в случае наступления неблагоприятных событий;
 - последовательность взаимосвязанных инвестиций (вложений денег), растянутых на несколько временных периодов, отдача (доходы) от которых также растянута во времени.
6. Характерные для менеджмента черты включают:
- экономический, социально-психологический, правовой и организационно-технический аспекты;
 - экономический, институциональный, социологический и информационный аспекты;
 - управленческий, стратегический, инновационный, финансовый аспекты.
7. Роли, выполняемые менеджерами делятся на:
- роли, связанные с принятием решений, информационные и межличностные роли;
 - коммуникационные роли, управленческие и профессиональные роли;
 - роли, связанные с обслуживанием оргтехники, программным обеспечением.
8. Межличностные роли это когда:
- руководитель выполняет роль лидера, т.е. отвечает за мотивацию, набор, подготовку работников, является связующим звеном между своими работниками.

- руководитель получает разнообразную информацию и использует ее в целях организации, распространяет информацию среди членов организации, является представителем, т.е. передает информацию для внешних контактов организации;
- руководитель выступает в роли предпринимателя, разрабатывает и контролирует различные проекты по совершенствованию деятельности организации, является распределителем ресурсов своей организации;

9. Информационные роли - это когда:

- руководитель получает разнообразную информацию и использует ее в целях организации, распространяет информацию среди членов организации, является представителем, т.е. передает информацию для внешних контактов организации;
- руководитель выступает в роли предпринимателя, разрабатывает и контролирует различные проекты по совершенствованию деятельности организации, является распределителем ресурсов своей организации;
- руководитель лишь формально выполняет роль лидера, т.е. не отвечает за конечные результаты деятельности, но требует их от своих подчиненных;
- руководитель выполняет роль лидера, т.е. отвечает за мотивацию, набор, подготовку работников, является связующим звеном между своими работниками.

10. Ситуационный подход

- концентрируется на том, что пригодность различных методов управления определяется ситуацией;
- рассматривает управление как непрерывную серию взаимосвязанных управленческих функций;
- изучает психологические аспекты поведения работников и выявляет их мотивации и предпочтения.

Сводная таблица по применяемым формам и методам текущего контроля и оценки результатов обучения

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Освоенные умения:	
Планировать и организовывать работу подразделения	Наблюдение и оценка выполнения практического задания
Формировать организационные структуры управления	Наблюдение и оценка выполнения практического задания
Разрабатывать мотивационную политику организации	Фронтальный устный опрос
Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	Письменное тестирование Защита конспектов
Принимать эффективные решения, используя систему методов управления	Фронтальный письменный опрос Анализ результатов практического задания в виде решения задач.
Учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях	Фронтальный письменный опрос Анализ результатов практического задания в виде решения задач.
Анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование	Оценка результатов выполнения индивидуальных домашних заданий
Определять стратегию и тактику относительно ценообразования	Фронтальный письменный опрос Анализ результатов практического задания в виде решения задач.
Усвоенные знания:	
Сущность и характерные черты	Письменное тестирование

современного менеджмента, историю его развития	Защита конспектов
Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)	Фронтальный устный опрос
Внешнюю и внутреннюю среду организации	Защита доклада
Цикл менеджмента	Наблюдение и оценка выполнения практического задания
Процесс принятия и реализации управленческих решений	Фронтальный устный опрос
Функции менеджмента в рыночной экономике	Оценка результатов выполнения индивидуальных домашних заданий
Организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта	Оценка самоанализа деятельности на практических занятиях
Систему методов управления	Письменное тестирование Защита конспектов
Методику принятия решений	Фронтальный письменный опрос Анализ результатов практического задания в виде решения задач.
Стили управления, коммуникации, деловое общение	Наблюдение и оценка выполнения практического задания
Сущность и функции маркетинга	Фронтальный устный опрос
Конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	Оценка результатов выполнения индивидуальных домашних заданий

3.2 Форма промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине ОП.04. Основы менеджмента и маркетинга – экзамен.

Обучающиеся допускаются к сдаче экзамена при выполнении всех видов самостоятельной работы, практических и контрольных работ, предусмотренных рабочей программой и календарно-тематическим планом дисциплины.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Сущность понятия «менеджмент», его содержание и место в системе социально-экономических категорий.
2. Цели и задачи менеджмента. Характерные черты и стадии.
3. Основные роли, выполняемые современными менеджерами.
4. Характер труда и требования к профессиональной компетенции менеджеров.
5. Эволюция менеджмента: условия и предпосылки возникновения менеджмента.
6. Школа научного управления (Ф.Тейлор и др.)
7. Административная школа (А.Файоль и др.)
8. Школа человеческих отношений (Мэри П.Фоллетт, Э.Мэйо).
9. Школа поведенческих наук (Д. Мак-Грегор, Ф. Герцберг).
10. Школа науки управления или количественный подход.
11. Процессный подход в теории менеджмента.
12. Системный подход в теории менеджмента.
13. Ситуационный подход в теории менеджмента.
14. Мотивация деятельности человека в организации. Понятие и сущность функции мотивации.

15. Мотивация деятельности человека в организации. Теория иерархии потребностей по А.Маслоу.
16. Мотивация деятельности человека в организации. Теория Д.МакКлелланда.
17. Мотивация деятельности человека в организации. Теория двух факторов Ф.Герцберга.
18. Мотивация деятельности человека в организации. Теория ожиданий и теория справедливости.
19. Мотивация деятельности человека в организации. Комплексная модель Портера-Лоулера.
20. Контроль как важнейшая функция управления. Содержание и элементы контроля. Основные задачи контроля.
21. Контроль как важнейшая функция управления. Виды контроля. Основные этапы процесса контроля.
22. Сущность и содержание маркетинга. Основные рабочие понятия маркетинга
23. Эволюция концепций маркетинга
24. Цели и функции маркетинга
25. Принципы маркетинга

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
КОЛЛЕДЖ**

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ
по ОП.04. Основы менеджмента и маркетинга
21.02.05 Земельно-имущественные отношения
(базовая подготовка)

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Цели и задачи менеджмента. Характерные черты и стадии.
2. Сущность и содержание маркетинга. Основные рабочие понятия маркетинга

4. Система оценивания комплекта ФОС текущего контроля и промежуточной аттестации

При оценивании практической и самостоятельной работы студента учитывается следующее:

- качество выполнения практической части работы;
- качество выполнения самостоятельной работы;
- качество устных ответов на контрольные вопросы.

Каждый вид работы оценивается по пятибалльной шкале.

«5» (отлично) – за глубокое и полное овладение содержанием учебного материала, в котором обучающийся свободно и уверенно ориентируется; за умение практически применять теоретические знания, высказывать и обосновывать свои суждения. Оценка «5» (отлично) предполагает грамотное и логичное изложение ответа.

«4» (хорошо) – если обучающийся полно освоил учебный материал, владеет научно-понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет теоретические знания на практике, грамотно излагает ответ, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности.

«3» (удовлетворительно) – если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности, в применении теоретических знаний при ответе на практико-ориентированные вопросы; не умеет доказательно обосновать собственные суждения.

«2» (неудовлетворительно) – если обучающийся имеет разрозненные, бессистемные знания, допускает ошибки в определении базовых понятий, искажает их смысл; не может практически применять теоретические знания.

Тест оценивается по пяти балльной шкале следующим образом: стоимость каждого вопроса 1 балл. За правильный ответ студент получает 1 балл. За неверный ответ или его отсутствие баллы не начисляются.

Оценка «5» соответствует 80% – 100% правильных ответов.

Оценка «4» соответствует 60% – 79% правильных ответов.

Оценка «3» соответствует 45% – 59% правильных ответов.

Оценка «2» соответствует 0% – 44% правильных ответов.

Критерии оценивания для доклада

Показатель оценки	Распределение баллов
Соответствие содержания доклада заявленной теме, поставленным целям и задачам	0,5
Логичность и последовательность в изложении материала	0,5
Привлечение актуальных нормативных актов и современной научной литературы	1
Степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению)	1
Самостоятельность изучения и анализа материала	1
Речевая культура (научный стиль изложения, владение понятийным аппаратом, четкость, лаконичность)	1
Использование демонстрационных материалов (наличие и качество презентации)	1
ИТОГО	6

Критерии оценивания результатов экзамена

Критерии оценки (в баллах):

- 25-30 баллов выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- 17-24 баллов выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

- 10-16 баллов выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- 1-10 баллов выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

Устанавливается следующая градация перевода оценки из многобалльной в четырехбалльную:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов),
- хорошо – от 60 до 79 баллов,
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов,
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.