

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Вятский государственный университет»  
(ВятГУ)

Колледж ВятГУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа

Вахрушева Л.В.

31.08. 2020 г.

рег. №3-21.02.05.51\_2020\_0013

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основы менеджмента и маркетинга**

для специальности

21.02.05 Земельно-имущественные отношения

уровень подготовки – базовый

Форма обучения

очная, заочная

2020 г.

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

Разработчик: Сивкова Наталья Александровна, преподаватель колледжа ВятГУ

Рассмотрено и рекомендовано ЦК естественнонаучных и технических дисциплин, протокол № 1 от 31.08.2020 г.

председатель ЦК  / Метелева Е.Е.  
подпись ФИО

© Вятский государственный университет (ВятГУ), 2020

© Сивкова Наталья Александровна, 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>стр. 4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>6</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>20</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В ХОДЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ</b>	<b>24</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ</b>	<b>25</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## Основы менеджмента и маркетинга

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Основы менеджмента и маркетинга - учебная дисциплина общепрофессионального цикла обязательной части образовательной программы.

### 1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся 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.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся 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

### 1.4. Формируемые компетенции

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.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов по очной форме обучения	Объем часов по заочной форме обучения с использованием ДОТ
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>128</b>	<b>128</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>86</b>	<b>26</b>
в том числе:		
теоретическое обучение	44	10
практические занятия	42	16
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>42</b>	<b>102</b>
Форма промежуточной аттестации - экзамен		

### 2.2. Тематический план учебной дисциплины

#### «Основы менеджмента и маркетинга»

Название разделов / тем учебной дисциплины	Вид учебной работы	Объем часов		Уровень освоения
		Очная форма обучения	Заочная форма обучения с использованием ДОТ	
1	2	3	4	5
<b>Раздел 1. «Основы менеджмента»</b>		<b>64</b>	<b>64</b>	
Тема 1.1. «Сущность и характерные черты современного менеджмента»	Теоретическое обучение	2	1	1,2
	Практические занятия	-	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	4	
Тема 1.2. «Внешняя и внутренняя среда организации»	Теоретическое обучение	2	1	1,2
	Практические занятия	2	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	4	
Тема 1.3. «Характеристика составляющих цикла менеджмента»	Теоретическое обучение	2	-	1,2
	Практические занятия	-	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	4	
Тема 1.4. «Планирование. Стратегические и тактические планы»	Теоретическое обучение	2	-	1,2
	Практические занятия	4	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	6	
Тема 1.5. «Организация. Типы структур организаций»	Теоретическое обучение	2	1	1,2
	Практические занятия	4	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	6	
Тема 1.6. «Мотивация и контроль»	Теоретическое обучение	2	1	1,2,3
	Практические занятия	2	1	

		Самостоятельная работа обучающихся	2	6	
Тема 1.7. «Система управления»	методов	Теоретическое обучение	2	-	1,2
		Практические занятия	2	-	
		Самостоятельная работа обучающихся	2	6	
Тема 1.8. «Процесс принятия решения»		Теоретическое обучение	2	1	1,2
		Практические занятия	2	1	
		Самостоятельная работа обучающихся	2	5	
Тема 1.9. «Управление конфликтами и стрессами»		Теоретическое обучение	2	-	1,2,3
		Практические занятия	2	2	
		Самостоятельная работа обучающихся	2	6	
Тема 1.10. «Коммуникации в организации и деловое общение»		Теоретическое обучение	4	-	1,2,3
		Практические занятия	2	1	
		Самостоятельная работа обучающихся	4	4	
<b>Раздел 2 «Основы маркетинга»</b>			<b>64</b>	<b>64</b>	
Тема 2.1. «Маркетинг: сущность, основные понятия и цели»		Теоретическое обучение	2	1	1,2
		Практические занятия	-	-	
		Самостоятельная работа обучающихся	2	4	
Тема 2.2. «Маркетинговые исследования рынка»		Теоретическое обучение	2	1	1,2,3
		Практические занятия	4	2	
		Самостоятельная работа обучающихся	4	4	
Тема 2.3. «План маркетинга»		Теоретическое обучение	4		1,2,3
		Практические занятия	4	1	
		Самостоятельная работа обучающихся	2	4	
Тема 2.4. «Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара»		Теоретическое обучение	4	1	1,2
		Практические занятия	4	-	
		Самостоятельная работа обучающихся	2	5	
Тема 2.5. «Комплекс маркетинга: товарная политика»		Теоретическое обучение	2	1	1,2
		Практические занятия	2	-	
		Самостоятельная работа обучающихся	2	6	
Тема 2.6. «Комплекс маркетинга: ценовая политика»		Теоретическое обучение	2	1	1,2
		Практические занятия	2	-	
		Самостоятельная работа обучающихся	2	6	
Тема 2.7. «Комплекс маркетинга: сбытовая политика»		Теоретическое обучение	2	1	1,2
		Практические занятия	2	-	
		Самостоятельная работа обучающихся	2	6	
Тема 2.8. «Комплекс маркетинга: политика продвижения»		Теоретическое обучение	2	1	1,2
		Практические занятия	2	-	
		Самостоятельная работа обучающихся	2	6	

Тема 2.9. «Брендинг»	Теоретическое обучение	2	1	1,2
	Практические занятия	2	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	4	
<b>Экзамен</b>		-	-	
<b>Итого</b>		<b>128</b>	<b>128</b>	

**2.3. Матрица формируемых общих и профессиональных компетенций в процессе изучения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»**

Разделы / темы учебной дисциплины	Общие компетенции								Профессиональные компетенции	
	ОК 1.	ОК 2.	ОК 3.	ОК 4.	ОК 5.	ОК 6.	ОК 7.	ОК 8.	ПК 1.4.	ПК 3.1.
<b>Раздел 1. «Основы менеджмента»</b>										
Тема 1.1.	+									
Тема 1.2.	+	+							+	
Тема 1.3.	+			+	+	+				
Тема 1.4.		+	+	+		+	+	+		+
Тема 1.5.	+	+	+	+		+		+		+
Тема 1.6.	+								+	
Тема 1.7.		+	+	+						+
Тема 1.8.		+		+		+	+	+		+
Тема 1.9.		+	+	+	+	+		+	+	+
Тема 1.10.	+	+		+			+			+
<b>Раздел 2 «Основы маркетинга»</b>										
Тема 2.1.	+	+	+	+		+		+		+
Тема 2.2.	+	+		+		+	+	+		+
Тема 2.3.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Тема 2.4.	+		+					+		
Тема 2.5.				+			+	+		
Тема 2.6.		+	+		+					
Тема 2.7.	+		+				+			+
Тема 2.8.			+		+			+		
Тема 2.9.	+	+		+		+			+	



## 2.4. Содержание разделов /тем учебной дисциплины/

### Раздел 1. «Основы менеджмента»

#### Тема 1.1. «Сущность и характерные черты современного менеджмента»

**Содержание учебного материала:** понятие менеджмента. Менеджмент как особый вид профессиональной деятельности. История развития менеджмента: предпосылки возникновения менеджмента, школа научного управления, административная школа, школа человеческих отношений и школа поведенческих наук.

Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный и ситуационный. Их сущность и основные отличия. Национальные особенности менеджмента.

Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.

**Самостоятельная работа:** составление таблицы «Школы менеджмента».

**Формы текущего контроля по теме:**

Письменный опрос по теме

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Назовите основные характеристики менеджмента, цели, задачи, функцию
2. Охарактеризуйте школу научного управления.
3. Охарактеризуйте административную школу.
4. Охарактеризуйте поведенческую школу.
5. Назовите современные подходы к менеджменту.
6. Перечислите основные особенности российского менеджмента.
7. Какие особенности имеют исторические корни, а какие перешли из других моделей?
8. В чем состоят национальные особенности менеджмента?
9. Какова сущность психологии менеджмента?

#### Тема 1.2. «Внешняя и внутренняя среда организации»

**Содержание учебного материала:** организация как объект менеджмента. Внешняя среда организации. 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.

Внутренняя среда организации: структура, кадры, внутриорганизационные процессы, технология, организационная культура.

**Практическое занятие:** Деловая игра «Характеристика внутренней и внешней среды (на примере конкретной организации)»

**Самостоятельная работа:** Эссе на тему «Влияние факторов внешней среды на организацию»

**Формы текущего контроля по теме:**

Устный опрос по теме.

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Какова сущность понятия «среда предприятия»?
2. Дайте характеристику внешней среды предприятия.
3. Назовите факторы прямого и косвенного воздействия внешней среды.
4. Дайте характеристику внутренней среды предприятия.

#### Тема 1.3. «Характеристика составляющих цикла менеджмента»

**Содержание учебного материала:** цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация и контроль) – основа управленческой деятельности. Характеристика функций цикла. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла.

**Самостоятельная работа:** составление схемы «Цикл менеджмента».

**Формы текущего контроля по теме:**

Письменный опрос по теме.

### **Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Что такое «функция менеджмента»?
2. Назовите элементы, составляющие цикл менеджмента.
3. Какова сущность планирования, как функции менеджмента?
4. В чем состоит смысл организации, как функции менеджмента?
5. Что такое «мотивация» в менеджменте?
6. Какова сущность контроля в менеджменте?
7. Какова взаимосвязь отдельных функций менеджмента?

### **Тема 1.4. «Планирование. Стратегические и тактические планы»**

**Содержание учебного материала:** понятие планирования. Виды планов. Основные стадии планирования. Планирование работы менеджера: затраты и потери рабочего времени, и способы улучшения использования времени.

Стратегическое (перспективное) планирование. Процесс стратегического планирования и его этапы.

Тактическое (текущее) планирование. Основные этапы тактического планирования.

**Практическое занятие:** практикум по тайм-менеджменту, практикум «Колесо целей».

**Самостоятельная работа:** составление конспекта по вопросу «Планирование работы менеджера: затраты и потери рабочего времени, и способы улучшения использования времени».

**Формы текущего контроля по теме:** письменный опрос по теме.

### **Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Назовите виды планов.
2. Каковы основные стадии планирования?
3. Что такое «стратегическое планирование»?
4. Каковы этапы стратегического планирования?
5. Что такое «текущее планирование»?
6. Каковы этапы текущего планирования?

### **Тема 1.5. «Организация. Типы структур организаций»**

**Содержание учебного материала:** организация. Принципы построения организационной структуры управления: цели и задачи организации, функциональное разделение труда, объем полномочий руководства, соответствие социально-культурной среде, целесообразность числа звеньев.

Типы структур организаций: иерархические (линейная, линейно-функциональная, линейно-штабная, дивизиональная) и адаптивные (проектная, матричная, сетевая).

**Практическое занятие:** практикум по построению схем различных типов структур организации и их анализ.

**Самостоятельная работа:** конспект по вопросу «Дивизиональная, проектная, матричная, сетевая типы структур: характеристика, пример схемы плюсы и минусы».

### **Формы текущего контроля по теме:**

Практическая работа на построение схем различных типов структур организаций.

### **Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. В чём отличия, преимущества и недостатки линейной структуры управления.
2. Назовите особенности построения, преимущества и недостатки функциональной структуры.
3. Дайте характеристику линейно-функциональной структуре управления.
4. Назовите особенности формирования матричной структуры управления. Опишите её преимущества и недостатки.
5. Охарактеризуйте дивизионную структуру управления и принципы её построения.

### **Тема 1.6. «Мотивация и контроль»**

**Содержание учебного материала:** мотивация и критерии мотивации труда. Мотивационный процесс. Индивидуальная и групповая мотивации. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Сущность делегирования.

Понятие и необходимость контроля. Виды контроля: предварительный, текущий и заключительный. Этапы контроля. Правила контроля. Ошибки контроля.

**Практическое занятие:** разработка мотивационной программы организации.

**Самостоятельная работа:** составление презентации по теме «Контроль».

**Формы текущего контроля по теме:**

Письменный опрос по теме.

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Дайте определение понятиям «мотивация», «мотивирование», «мотив».
2. Охарактеризуйте стадии процесса мотивации.
3. Сформулируйте суть содержательных и процессуальных теорий мотивации.
4. Кратко охарактеризуйте основные содержательные теории мотивации.
5. Кратко охарактеризуйте процессуальные теории мотивации.
6. Дайте определение контролю и назовите элементы, подлежащие проверке на предприятии.
7. Назовите главную цель контроля и его свойства.
8. Охарактеризуйте этапы управленческого контроля.
9. Дайте характеристику основным видам контроля (предварительный, текущий, заключительный).

### **Тема 1.7. «Система методов управления»**

**Содержание учебного материала:** понятие методов управления. Направленность, содержание и организационная форма методов. Классификация методов управления: организационно-административные, экономические, социально-психологические. Характер воздействия: прямое и косвенное.

**Самостоятельная работа:** эссе по теме.

**Формы текущего контроля по теме:**

Защита эссе.

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Дайте понятие методам управления и охарактеризуйте их направленность, содержание и организационную форму.
2. Охарактеризуйте организационно-административные методы управления.
3. Дайте характеристику экономическим методам управления.
4. Охарактеризуйте социально-психологические методы управления.
5. Проклассифицируйте методы управления по содержанию.

### **Тема 1.8. «Процесс принятия решения»**

**Содержание учебного материала:** понятие, сущность управленческих решений. Типология управленческих решений (запрограммированные, незапрограммированные, интуитивные, логические, рациональные, допустимые, недопустимые и др.). Требования, предъявляемые к управленческим решениям. Методы принятия решений. Этапы принятия решений. Участники процесса принятия решений (владелец проблемы, лицо, принимающее решение, активные группы, эксперты, аналитики). Факторы, влияющие на процесс принятия решений (личностные и ситуационные).

**Практическое занятие:** решение кейсов «Эффективное управленческое решение», деловая игра «Мозговой штурм»

**Самостоятельная работа:** принятие решения по методике «Квадрат Декарта».

**Формы текущего контроля по теме:** тест.

### **Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Охарактеризуйте организационные решения.
2. Назовите классификационные признаки и виды управленческих решений по ним.
3. Охарактеризуйте экспертные методы принятия решений.
4. Охарактеризуйте неэкспертные методы принятия решений.
5. Дайте понятие психологическим методам принятия решений.
6. Охарактеризуйте способы принятия решений.
7. Поясните этапы принятия управленческого решения.
8. Назовите, что можно отнести к факторам, влияющим на принятие решений руководителем.

### **Тема 1.9. «Управление конфликтами и стрессами»**

**Содержание учебного материала:** понятие, сущность и классификация конфликтов: внутриличностный, межличностный, между личностью и группой, межгрупповой и др. Причины возникновения конфликтов. Стадии развития конфликта. Типичные конфликтные ситуации. Правила поведения в конфликте. Методы управления конфликтами. Последствия конфликтов: функциональные и дисфункциональные. Стресс: природа и причины. Методы снятия стресса. Взаимосвязь конфликта и стресса. Пути предупреждения стрессовых ситуаций.

**Практическое занятие:** тренинг «Управление конфликтами»

**Самостоятельная работа:** эссе «Как я выхожу из стресса».

**Формы текущего контроля по теме:** письменный опрос по теме.

### **Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Дайте понятие конфликту и назовите его возможные последствия.
2. Какие типы конфликтов Вы знаете? Дайте их характеристику.
3. Назовите и поясните основные причины конфликтов.
4. Охарактеризуйте возможных участников конфликта.
5. Охарактеризуйте структурные методы разрешения конфликта.
6. Дайте характеристику стратегиям поведения в конфликте.
7. Охарактеризуйте стресс и факторы, влияющие на его возникновение.
8. Назовите основные методы снятия стресса.

### **Тема 1.10. «Коммуникации в организации и деловое общение»**

**Содержание учебного материала:** понятие общения и коммуникации, её виды. Этапы коммуникационного процесса, участники. Коммуникационные барьеры.

Вербальная и невербальная коммуникация.

Деловое общение, его характеристика. Правила ведения деловой беседы, переговоров, совещаний; условия эффективного общения.

Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения.

Стили управления и факторы, влияющие на его формирование. Виды и совместимость стилей. Связь стиля управления и ситуации.

**Практическое занятие:** ораторское выступление.

**Самостоятельная работа:** подготовка к ораторскому выступлению.

**Формы текущего контроля по теме:** тест.

### **Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Охарактеризуйте этапы коммуникационного процесса.
2. Дайте характеристику открытым жестам.
3. Охарактеризуйте закрытые позиции.
4. Поясните пространственное расположение собеседников в процессе делового общения.
5. Дайте понятие эффективной коммуникации и охарактеризуйте классификацию коммуникационных сообщений.

6. Дайте понятие управленческому общению и назовите его функции.
7. Охарактеризуйте приёмы аттракции и приведите примеры их использования.
8. Каково значение информационных технологий в сфере управления?

## **Раздел 2. «Основы маркетинга»**

### **Тема 2.1. «Маркетинг: сущность, основные понятия и цели»**

**Содержание учебного материала:** сущность маркетинга, как экономической категории. Функции маркетинга. Этапы развития (концепции) маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные понятия маркетинга.

**Самостоятельная работа:** составление опорного конспекта по теме «Этапы развития (концепции) маркетинга».

**Формы текущего контроля по теме:** устный опрос по теме.

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Какова роль маркетинга в экономике предприятия?
2. Назовите этапы развития маркетинга.
3. В чем заключаются приоритетные цели маркетинга?
4. Кто составляет ближайшее окружения фирмы?
5. Почему поставщики могут серьёзно повлиять на деятельность фирмы?

### **Тема 2.2. «Маркетинговые исследования рынка»**

**Содержание учебного материала:** понятие маркетинговых исследований. Цели маркетинговых исследований. Система маркетинговой информации (первичная и вторичная информация). Этапы маркетинговых исследований.

**Практическое занятие:** анализ конкретного маркетингового исследования, анализ рынка недвижимости (на примере конкретного населенного пункта)

**Самостоятельная работа:** составление, проведение и анализ опросов для различных целей маркетингового исследования.

**Формы текущего контроля по теме:** письменный опрос по теме.

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Что понимается под демографическим критерием сегментации?
2. Назовите показатели конъюнктуры.
3. Почему маркетинг изучает нужды и потребности?
4. Кто относится к контактной аудитории фирмы?
5. Ваше мнение о насыщенности рынка земли в г. Кирове.
6. Как обеспечить товару конкурентоспособное положение на рынке?
7. Перечислите основные параметры сегментации.

### **Тема 2.3. «План маркетинга»**

**Содержание учебного материала:** понятие и цели плана маркетинга. Способы формирования бизнес-идеи.

Исполнительное резюме. Анализ ситуации на рынке (целевые сегменты рынка, конкуренция, макросреда (PEST-анализ)). Анализ положения компании на рынке (SWOT-анализ). Определение целей. Определение спроса на продукцию (услуги, работы). Стратегия маркетинга. Программа действий. Бюджет маркетинга. Контроль за реализацией плана маркетинга.

**Практическое занятие:** подготовка к написанию плана маркетинга (формулировка бизнес-идеи), проведение анализа ситуации на рынке на примере выбранной бизнес-идеи.

**Самостоятельная работа:** анализ положения компании на рынке (SWOT-анализ) и определение целей на примере выбранной бизнес-идеи.

**Формы текущего контроля по теме:** защита плана маркетинга.

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Каковы цели плана маркетинга?

2. Назовите способы формирования бизнес-идеи.
3. Каковы разделы плана маркетинга?
4. Что такое PEST и SWOT-анализ?
5. Как рассчитать емкость и долю рынка?

#### **Тема 2.4. «Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара (услуги)»**

**Содержание учебного материала:** понятие и признаки сегментирования рынка. Выбор целевых сегментов рынка: изучение товара, изучение рынка как единого целого, изучение конкурентов. Способы определения целевой аудитории. Позиционирование товара на рынке.

**Практическое занятие:** Сегментирование рынка недвижимости конкретного населенного пункта, определение целевых сегментов рынка и позиционирование товара (услуги) примере выбранной бизнес-идеи.

**Самостоятельная работа:** проведение опроса для определения целевой аудитории.

**Формы текущего контроля по теме:** тест.

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Что такое сегментирование рынка?
2. Каковы признаки сегментирования?
3. Назовите способы определения целевой аудитории.
4. Что такое позиционирование товара на рынке?

#### **Тема 2.5. «Комплекс маркетинга: товарная политика»**

**Содержание учебного материала:** комплекс маркетинга 4Р.

Товар как инструмент комплекса маркетинга. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) и инструменты маркетинга. Товарная атрибутика. Портфельный анализ (матрица БКГ). Новый товар и его характеристики. Товарная политика и стратегия.

**Практическое занятие:** разработка товарной политики на примере выбранной бизнес-идеи

**Самостоятельная работа:** определение товарной атрибутики на примере выбранной бизнес-идеи

**Формы текущего контроля по теме:** тест.

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Назовите элементы комплекса маркетинга 4Р.
2. Какова роль товара в комплексе маркетинга?
3. Назовите этапы жизненного цикла товара.
4. Каковы инструменты маркетинга на каждом этапе ЖЦТ?
5. Назовите товарные стратегии.
6. В чем особенности нового товара в маркетинге?

#### **Тема 2.6. «Комплекс маркетинга: ценовая политика»**

**Содержание учебного материала:** цена и ее роль в маркетинговом комплексе. Цели ценовой политики предприятия. Процесс установления цены. Методы ценообразования. Модификация цен. Ценовые стратегии маркетинга.

**Практическое занятие:** разработка ценовой политики на примере выбранной бизнес-идеи.

**Самостоятельная работа:** определение цен на примере выбранной бизнес-идеи.

**Формы текущего контроля по теме:** тест.

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Каковы цели ценовой политики?
2. Назовите методы ценообразования?
3. Назовите этапы разработки ценовой стратегии предприятия.
4. Что такое «модификация цен»?

5. Дайте классификацию стратегий ценообразования.

### **Тема 2.7. «Комплекс маркетинга: сбытовая политика»**

**Содержание учебного материала:** сущность сбытовой политики. Каналы распределения и методы сбыта. Сбытовые маркетинговые системы. Цели, задачи и стратегии сбытовой политики предприятия. Типы посредников. Критерии выбора посредника.

**Практическое занятие:** разработка сбытовой политики на примере выбранной бизнес-идеи.

**Самостоятельная работа:** выбор посредников на примере выбранной бизнес-идеи.

**Формы текущего контроля по теме:** тест.

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Какова сущность сбытовой политики?
2. Назовите виды каналов распределения?
3. Каковы методы сбыта?
4. Каковы цели, задачи и стратегии сбытовой политики предприятия?
5. Назовите типы посредников.
6. Каковы критерии выбора посредников?

### **Тема 2.8. «Комплекс маркетинга: политика продвижения (маркетинговые коммуникации)»**

**Содержание учебного материала:** сущность коммуникации. Понятие о продвижении товара. Методы установления бюджета на продвижение товара. Понятие и виды рекламы. Подходы к разработке эффективного рекламного обращения. Понятие и планирование рекламной кампании. Средства рекламы. Выбор средств рекламы. Методы стимулирования сбыта. Личная или персональная продажа. Пиар и пропаганда.

**Практическое занятие:** разработка политики продвижения на примере выбранной бизнес-идеи.

**Самостоятельная работа:** разработка рекламных материалов на примере выбранной бизнес-идеи.

**Формы текущего контроля по теме:** тест.

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. В чем отличие пиара от пропаганды? Приведите примеры.
2. Каковы отрицательные свойства рекламы?
3. Почему личная продажа самая дорогая из всех форм продвижения товаров и услуг?
4. Перечислите средства рекламы.
5. Каковы цели и задачи коммуникационной политики?
6. Что представляет собой коммуникационный комплекс маркетинга?
7. Каковы преимущества и недостатки рекламных средств?
8. Что такое бюджет рекламы и как он формируется?
9. Назовите средства стимулирования сбыта.
10. Чем отличается личная продажа от рекламы?

### **Тема 2.9. «Брендинг»**

**Содержание учебного материала:** понятия торговой марки, товарного знака и бренда. Нейминг и его этапы. Базовые типы названий. Логотип и его типы. Психология формы, цвета и шрифта в логотипах. Слоган и его виды. Этапы создания слогана.

**Практическое занятие:** создание товарного знака на примере выбранной бизнес-идеи.

**Самостоятельная работа:** разработка слогана для товарного знака на примере выбранной бизнес-идеи.

**Формы текущего контроля по теме:** тест.

**Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:**

1. Что такое «брендинг»?

2. В чем отличие понятий торговой марки, товарного знака и бренда?
3. Каковы составные части бренда?
4. Каковы особенности нейминга?
5. В чем состоят особенности создания логотипа?
6. Каковы этапы создания слогана?

### **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Успешное освоение учебной дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции и практические занятия, получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения дисциплины, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Организация учебного процесса предусматривает применение инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (включая, при необходимости, проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий).

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, кроме того они способствуют формированию у обучающихся навыков самостоятельной работы с научной литературой.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью практических занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе, степени и качества усвоения материала; применение теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказания помощи в его освоении. Практические занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки определяются преподавателем, ведущим занятия.

На практических занятиях под руководством преподавателя обучающиеся обсуждают дискуссионные вопросы, отвечают на вопросы тестов, закрепляя приобретенные знания,



выполняют практические задания и т.п. Для успешного проведения практического занятия обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические занятия предоставляют студенту возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения, сформировать определенные навыки и умения и т.п.

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение задач и т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины преподаватель предлагает обучающимся перечень заданий для самостоятельной работы. Самостоятельная работа по учебной дисциплине может осуществляться в различных формах (например, подготовка докладов; написание рефератов).

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны выполняться самостоятельно либо группой и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Результатом самостоятельной работы должно стать формирование у обучающегося определенных знаний, умений, компетенций.

Система оценки качества освоения учебной дисциплины включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины, промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущей аттестации в течение семестра.

Процедура оценивания результатов освоения учебной дисциплины осуществляется на основе действующего Положения об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ВятГУ.

Для приобретения требуемых знаний, умений и высокой оценки по дисциплине обучающимся необходимо выполнять все виды работ своевременно в течение семестра.

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета: менеджмента.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебная доска;
- мультимедийный проектор;
- экран.

Программное обеспечение:

- Windows Professional;
- Office Professional Plus.

### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, Интернет-ресурсов.**

Основная литература:

1. Менеджмент: Учебник Для СПО / Э. М. Коротков. - 3-е изд., пер. и доп. - Москва: Юрайт, 2020. - 566 с. - (Профессиональное образование) - URL: <https://urait.ru/bcode/451068> (дата обращения: 20.04.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст: электронный

2. Маркетинг: Учебник и практикум Для СПО / Е. Е. Кузьмина. - Москва: Юрайт, 2020. - 383 с. - (Профессиональное образование) - URL: <https://urait.ru/bcode/452744> (дата обращения: 20.04.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст: электронный

Дополнительная литература:

1. Основы маркетинга. Практикум: Учебное пособие Для СПО / С. В. Карпова, И. К. Захаренко [и др.]. - Москва: Юрайт, 2020. - 325 с. - (Профессиональное образование) - URL: <https://urait.ru/bcode/450802> (дата обращения: 20.04.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст: электронный

2. Менеджмент: Учебник и практикум Для СПО / А. Л. Гапоненко. - Москва: Юрайт, 2020. - 396 с. - (Профессиональное образование) - URL: <https://urait.ru/bcode/450687> (дата обращения: 20.04.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст: электронный

3. Основы маркетинга: Учебник и практикум Для СПО / Н. П. Реброва. - Москва: Юрайт, 2020. - 277 с. - (Профессиональное образование) - URL: <https://urait.ru/bcode/450814> (дата обращения: 20.04.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст: электронный

4. Менеджмент: Учебное пособие Для СПО / Е. П. Михалева. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва: Юрайт, 2020. - 191 с. - (Профессиональное образование) - URL: <https://urait.ru/bcode/449621> (дата обращения: 20.04.2020). - Режим доступа: Образовательная платформа Юрайт. - Текст: электронный

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [Электронный ресурс] /-Режим доступа: <https://www.vyatsu.ru/nash-universitet/obrazovatel'naya-deyatel-nost/kolledzh/21-02-05-zemel-no-imuschestvennyie-otnosheniya.html>

2. Портал дистанционного обучения ВятГУ [Электронный ресурс] /-Режим доступа: - <https://e.vyatsu.ru>

3. Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [Электронный ресурс] /- Режим доступа: <http://student.vyatsu.ru>

#### **Перечень электронно-библиотечных систем (ресурсов) и баз данных для самостоятельной работы**

Используемые сторонние электронные библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)

2. ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)

3. ЭБС «Университетская библиотека online» ([www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru))

4. ЭБС «ЮРАЙТ» (<http://biblio-online.ru>)

5. ЭБС «Академия» (<http://www.academia-moscow.ru/elibrary/>)

#### **Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

- Windows Professional;
- Office Professional Plus

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В ХОДЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Результаты обучения	Формы и методы контроля для оценки результатов обучения
<p><b>Освоенные умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планировать и организовывать работу подразделения.</li> <li>– формировать организационные структуры управления.</li> <li>– разрабатывать мотивационную политику организации.</li> <li>– применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения.</li> <li>– принимать эффективные решения, используя систему методов управления.</li> <li>– учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях.</li> <li>– анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование.</li> <li>– определять стратегию и тактику относительно ценообразования.</li> </ul> <p><b>Усвоенные знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;</li> <li>– особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);</li> <li>– внешнюю и внутреннюю среду организации;</li> <li>– цикл менеджмента;</li> <li>– процесс принятия и реализации управленческих решений;</li> <li>– функции менеджмента в рыночной экономике:</li> <li>– организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;</li> <li>– систему методов управления;</li> <li>– методику принятия решений;</li> <li>– стили управления, коммуникации, деловое общение;</li> <li>– сущность и функции маркетинга;</li> <li>– конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.</li> </ul>	<p>Экзамен в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устного опроса;</li> <li>- выполнения практических заданий</li> </ul>

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ  
«Основы менеджмента и маркетинга»**

**1. Общие положения**

Формы и процедуры промежуточной аттестации по дисциплине разрабатываются преподавателями и доводятся до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения.

Промежуточный контроль по учебной дисциплине осуществляется в форме экзамена.

Экзамен проводится в виде устного ответа на теоретические вопросы, решения задач.

**2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения**

**2.1. Промежуточная аттестация в форме экзамена**

**Цель процедуры:**

Целью промежуточной аттестации по учебной дисциплине является оценка уровня усвоения обучающимися знаний и освоения умений в результате изучения учебной дисциплины.

**Субъекты, на которые направлена процедура:**

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих дисциплину. В случае, если обучающийся не прошел процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

**Период проведения процедуры:**

Процедура оценивания проводится по окончании изучения дисциплины в период (если экзаменационная сессия предусмотрена графиком учебного процесса). В противном случае, директором колледжа составляется и утверждается индивидуальный график прохождения промежуточной аттестации для каждого обучающегося.

**Требования к помещениям материально-техническим средствам для проведения процедуры:**

Требования к кабинету для проведения процедуры и необходимости специализированных материально-технических средств определяются преподавателем, ведущим дисциплину.

**Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:**

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину.

**Требования к фонду оценочных средств:**

До начала проведения процедуры преподавателем разрабатывается фонд оценочных средств для оценки знаний и умений, который включает примерные вопросы открытого типа, задачи, из перечня которых формируются экзаменационные билеты. Экзаменационные билеты рассматриваются на соответствующих цикловых комиссиях и утверждаются заместителем директора колледжа по учебной работе. Количество вопросов в билете определяется преподавателем самостоятельно в зависимости от вида заданий, но не менее двух. Количество экзаменационных билетов, как правило, превышает количество обучающихся, проходящих процедуру промежуточной аттестации в форме экзамена.

**Описание проведения процедуры:**

Каждому обучающемуся при предъявлении зачетной книжки выдается экзаменационный билет. После получения экзаменационного билета и подготовки ответов, обучающийся должен в меру имеющихся знаний и умений выполнить предложенные задания в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения экзамена определяется из расчета 0,3 часа на каждого обучающегося.

### Шкалы оценки результатов проведения процедуры:

Результаты проведения экзамена оцениваются преподавателем с применением четырехбалльной шкалы в соответствии с критериями оценки.

### 3. Контроль и оценка образовательных результатов

Для контроля и оценки образовательных результатов по учебной дисциплине разрабатываются фонды оценочных средств, которые позволяют оценить все предусмотренные рабочей программой умения и знания.

#### 3.1. Показатели оценки образовательных результатов

<b>Образовательные результаты (знания)</b>	<b>Показатели оценки результата</b>
Сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития	Систематизация теорий основных школ менеджмента, анализ особенностей современного менеджмента.
Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)	Понимание особенностей менеджмента в области профессиональной деятельности
Внешнюю и внутреннюю среду организации	Описание факторов внешней и внутренней среды организации.
Цикл менеджмента	Называние и характеристика составляющих элементов цикла менеджмента
Процесс принятия и реализации управленческих решений	Понимание процесса принятия и реализации управленческих решений.
Функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта	Формулирование функций менеджмента, перечисление и описание функций менеджмента
Систему методов управления	Перечисление и описание методов управления.
Методику принятия решения	Понимание процесса принятия и реализации управленческих решений.
Стили управления, коммуникации, принципы делового общения	Перечисление и описание стилей управления. Формулирование понятий: коммуникация, общение, деловое общение. Понимание принципов делового общения. Описание видов коммуникаций и общения.
Сущность и функции маркетинга	Формулирование понятия «маркетинг», понимание сущности и роли маркетинга в организации, называние функций маркетинга
Конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	Формулирование понятия «конъюнктура рынка», понимание особенностей рынка недвижимости, анализ динамики спроса и предложения на рынке недвижимости
Планировать и организовывать работу подразделения	Разработка планов деятельности подразделения организации и личного трудового процесса.
Формировать организационные структуры управления	Построение различных типов структур управления
Разрабатывать мотивационную политику организации	Разработка мотивационной программы членов структурного подразделения.
Применять в профессиональной деятельности приемы эффективного	Выбор приемов эффективного делового общения в профессиональной деятельности.

делового и управленческого общения.	
Учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях	Выбор и разработка эффективных для профессиональной деятельности методов, стилей управления, приемов делового общения.
Анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование	Анализ рынка недвижимости, осуществление его сегментацию и позиционирование
Определять стратегию и тактику относительно ценообразования	Выбор стратегии и тактика ценообразования, расчет цен.

### 3.2. Перечень вопросов для контроля знаниевых образовательных результатов

Проверяемые образовательные результаты (знания)	Примерные вопросы для контроля в соответствии с уровнем освоения
Сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие менеджмента.</li> <li>2. Менеджмент как особый вид профессиональной деятельности.</li> <li>3. История развития менеджмента: предпосылки возникновения менеджмента, школа научного управления, административная школа, школа человеческих отношений и школа поведенческих наук.</li> <li>4. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный и ситуационный.</li> <li>5. Национальные особенности менеджмента.</li> </ol>
Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности</li> </ol>
Внешнюю и внутреннюю среду организации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организация как объект менеджмента.</li> <li>2. Внешняя среда организации.</li> <li>3. Факторы среды прямого воздействия: поставщики, потребители, конкуренты, профсоюзы, законы и государственные органы.</li> <li>4. Факторы среды косвенного воздействия: состояние экономики, политические факторы, социально-культурные факторы, международные события, научно-технический прогресс. Внутренняя среда организации: структура, кадры, внутриорганизационные процессы, технология, организационная культура.</li> </ol>
Цикл менеджмента	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация и контроль) – основа управленческой деятельности.</li> <li>2. Характеристика функций цикла.</li> <li>3. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла.</li> <li>4. "Управляющая пятерня". Составление схемы контроля.</li> </ol>
Процесс принятия и реализации управленческих решений	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие, сущность управленческих решений.</li> <li>2. Типология управленческих решений.</li> <li>3. Требования, предъявляемые к управленческим решениям.</li> </ol>

<p>Функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие планирования. Виды планов. Основные стадии планирования.</li> <li>2. Тактическое (текущее) планирование. Основные этапы тактического планирования.</li> <li>3. Стратегическое (перспективное) планирование. Процесс стратегического планирования.</li> <li>4. Понятие и необходимость контроля.</li> <li>5. Виды контроля: предварительный, текущий и заключительный.</li> <li>6. Этапы контроля. Правила контроля.</li> <li>7. Мотивация и критерии мотивации труда.</li> <li>8. Мотивационный процесс.</li> <li>9. Индивидуальная и групповая мотивации.</li> <li>10. Содержательные теории мотивации.</li> <li>11. Процессуальные теории мотивации.</li> <li>12. Сущность делегирования.</li> </ol>
<p>Систему методов управления</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие методов управления.</li> <li>2. Направленность, содержание и организационная форма методов.</li> <li>3. Классификация методов управления</li> </ol>
<p>Методику принятия решения</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методы принятия решений.</li> <li>2. Этапы принятия решений.</li> <li>3. Участники процесса принятия решений.</li> </ol> <p>Факторы, влияющие на процесс принятия решений (личностные и ситуационные).</p>
<p>Стили управления, коммуникации, принципы делового общения</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стили управления и факторы, влияющие на его формирование.</li> <li>2. Виды и совместимость стилей.</li> <li>3. Связь стиля управления и ситуации.</li> <li>4. Понятие общения и коммуникации, её виды.</li> <li>5. Этапы коммуникационного процесса, участники.</li> <li>6. Коммуникационные барьеры.</li> <li>7. Деловое общение, его характеристика.</li> <li>8. Правила ведения деловой беседы, переговоров, совещаний; условия эффективного общения.</li> <li>9. Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения.</li> <li>10. Управленческое общение, его функции и назначение.</li> <li>11. Условия эффективного общения.</li> <li>12. Понятие, сущность и классификация конфликтов.</li> <li>13. Причины возникновения конфликтов.</li> <li>14. Стадии развития конфликта.</li> <li>15. Типичные конфликтные ситуации.</li> <li>16. Правила поведения в конфликте.</li> <li>17. Методы управления конфликтами.</li> <li>18. Последствия конфликтов: функциональные и дисфункциональные.</li> <li>19. Стресс: природа и причины.</li> <li>20. Методы снятия стресса.</li> <li>21. Взаимосвязь конфликта и стресса.</li> </ol>



	Пути предупреждения стрессовых ситуаций.
Сущность и функции маркетинга	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сущность маркетинга, как экономической категории.</li> <li>2. Функции маркетинга.</li> <li>3. Этапы развития (концепции) маркетинга.</li> <li>4. Цели и задачи маркетинга.</li> <li>5. Элементы окружающей среды фирмы.</li> </ol>
Конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Этапы стратегического планирования.</li> <li>2. Стратегии ценообразования.</li> <li>3. Особенности товарной политики в маркетинге.</li> <li>4. Этапы жизненного цикла товаров.</li> <li>5. Цели ценовой политики.</li> <li>6. Методы расчёта цен.</li> <li>7. Коммуникации и обратная связь в системе маркетинговых коммуникаций.</li> <li>8. Сущность сбытовой политики.</li> <li>9. Понятие о продвижении товара.</li> <li>10. Методы установления бюджета на продвижение товара.</li> <li>11. История возникновения рекламы.</li> <li>12. Подходы к разработке эффективного обращения.</li> <li>13. Понятие и планирование рекламной компании.</li> <li>14. Средства рекламы. Выбор средств рекламы.</li> <li>15. Методы стимулирования сбыта.</li> <li>16. Личная или персональная продажа.</li> <li>17. Пиар и пропаганда.</li> </ol>
Комплексные виды контроля (для проверки нескольких знаний)	
<i>Примерный тест</i>	
<p>1. В сложившейся оргструктуре управления отдел подготовки персонала подчиняется:</p> <p>А) зам. директору по экономическим вопросам  Б) зам. директору по кадрам  В) главному инженеру  Г) руководителю предприятия</p> <p>2. Принцип, сформулированный Файолем, при котором работник получает распоряжения и отчитывается только перед одним непосредственным начальником:</p> <p>А) единоначалия  Б) соподчиненности  В) иерархии  Г) делегирования</p> <p>3. Неформальные группы возникают:</p> <p>А) в результате реорганизации  Б) при создании новой структуры  В) спонтанно  Г) по воле руководства</p> <p>4. Полномочия, которые передаются от начальника непосредственно подчиненному и далее другими подчиненными:</p> <p>А) административные  Б) рекомендательные  В) функциональные  Г) линейные</p>	

5. Организационная структура, позволяющая гибко реагировать на изменения в окружающей среде:
- А) линейная
  - Б) функциональная
  - В) матричная
  - Г) дивизиональная
6. В теории менеджмента к функциям управления НЕ относятся:
- А) контроль
  - Б) финансовый менеджмент
  - В) управленческие коммуникации
  - Г) планирование
  - Д) организация
7. Разделение труда менеджеров по функциональному признаку соответствует ... связям.
- А) структурным
  - Б) технологическим
  - В) горизонтальным
  - Г) профессионально-квалификационным
8. Определяющей характеристикой любого менеджера является то, что он:
- А) принимает стратегические решения
  - Б) имеет подчиненных
  - В) прошел профессиональную подготовку в области менеджмента
  - Г) владеет акциями предприятия
9. Внутренняя среда организации формируется в зависимости от:
- А) финансовых средств
  - Б) сотрудников организации
  - В) географического положения
  - Г) миссии и целей
10. Отношения между людьми в организации регулируются:
- А) законами
  - Б) указами
  - В) приказами
  - Г) постановлениями
11. Позиционирование является:
- А) начальной частью процесса сегментирования
  - Б) основной частью процесса сегментирования
  - В) завершающей частью процесса сегментирования
  - Г) процессом, не имеющим отношения к сегментированию
12. Этап ЖЦТ, для которого характерно: медленный рост сбыта товара или даже его снижение, большое число конкурентов, затраты фирм на стимулирование сбыта снижаются, прибыль снижается:
- А) зрелость
  - Б) рост
  - В) упадок
  - Г) выведение на рынок
13. Платная форма неличного представления и продвижения идеи, товара или услуг:
- А) пропаганда
  - Б) реклама

- В) стимулирование сбыта
- Г) личная продажа

14. Устное представление товара в ходе беседы с потенциальными покупателями с целью совершения продажи:

- А) пропаганда
- Б) реклама
- В) стимулирование сбыта
- Г) личная продажа

15. Силы, НЕ составляющие микросреду фирмы:

- А) экономическая среда
- Б) культура
- В) клиенты
- Г) маркетинговые посредники
- Д) конкуренты

16. Методы сбора вторичной информации:

- А) эксперимент
- Б) наблюдение
- В) кабинетные исследования
- Г) опрос

17. Покупатели, одинаково реагирующие на стимулы маркетинга:

- А) рыночный сегмент
- Б) рыночная ниша
- В) генеральная совокупность
- Г) маркетинговый комплекс

18. Принцип, характеризующий товарно-дифференцированный маркетинг:

- А) один товар для всех покупателей
- Б) товар и комплекс маркетинга для конкретного сегмента
- В) несколько товаров с разными свойствами
- Г) анализ информации

19. Психологический принцип сегментирования рынка подразумевает разбиение по:

- А) уровню дохода
- Б) полу
- В) территории
- Г) образу жизни

20. Дифференцированный маркетинг позволяет:

- А) пренебречь различиями в сегментах
- Б) выступить на нескольких сегментах
- В) сосредоточить усилия на одном сегменте
- Г) экономить на издержках

### 3.2.1. Перечень заданий для контроля умениевых образовательных результатов

Проверяемые образовательные результаты (умения)	Примерные практические задания для контроля в соответствии с уровнем освоения															
<p>Планировать и организовывать работу подразделения</p>	<p>Составить систему представлений руководителя структурного подразделения о его комплексном развитии с использованием данной схемы:</p>  <p>После разработки схемы и определения целей и задач составить план работы структурного подразделения, используя следующую таблицу:</p> <table border="1" data-bbox="547 996 1481 1182"> <thead> <tr> <th>№ п/п</th> <th>Мероприятие</th> <th>Сроки</th> <th>Ответственные</th> <th>Отметка об исполнении</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	№ п/п	Мероприятие	Сроки	Ответственные	Отметка об исполнении										
№ п/п	Мероприятие	Сроки	Ответственные	Отметка об исполнении												
<p>Формировать организационные структуры управления</p>	<p>Выберите наиболее подходящий вид ОСУ данного предприятия, постройте её и обоснуйте свой выбор:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- риэлторское агентство;</li> <li>- управляющая компания;</li> <li>- строительная компания.</li> </ul>															
<p>Разрабатывать мотивационную политику организации</p>	<p><b>Задания:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Назовите по пять наиболее важных, по вашему мнению, мотивов для следующих лиц: вас лично на работе, квалифицированного рабочего, профессионала (юриста, преподавателя), неквалифицированного работника.</li> <li>2. В течение 10-15 мин. проделать первое задание индивидуально.</li> <li>3. В течение 20-30 мин обсудить в группе и достигнуть консенсуса.</li> <li>4. С преподавателем в течение 15-20 мин обсудить и сформулировать общую позицию по данному упражнению.</li> </ol>															
<p>Применять в профессиональной деятельности приемы эффективного делового и управленческого общения</p>	<p><b>Задание:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составить план деловой беседы по одной из тем управленческой деятельности.</li> <li>2. Наметить возможные решения по итогам разработанного плана совещания.</li> <li>3. Проанализировать эффективность результатов совещания по выбранной теме.</li> </ol>															
<p>Принимать эффективные решения, используя систему методов</p>	<p><b>Рассмотрите ситуацию и примите обоснованное управленческое решение.</b>  <b>Ситуация.</b> Руководитель крупного подразделения столкнулся с</p>															

управления	необходимостью повлиять на одного из механиков, чтобы тот изменил свое отношение к работе и отказался от своих претензий. В обязанности этого механика входило обеспечение круглосуточной бесперебойной работы десятков печатных и других машин. Он постоянно жаловался, что его рабочий день слишком длинен, что он перегружен работой, им все помыкают и что ему нужен помощник. Руководитель не дал ему помощника и все же сумел сделать так, что механик остался доволен. Как ему это удалось? Как бы поступили Вы?
Учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях.	<b>Задание:</b> 1. Выберите организацию, работающую в земельно-имущественной сфере 2. Дайте название вашей организации. 3. Выберите организационно-правовую форму для вашего предприятия. 4. Выберите тип организационной структуры и представьте ее схему. 5. Определите основные виды услуг. 6. Опишите основные мотивы деятельности персонала данной организации. 7. Разработайте программу продвижения услуг данной организации.
Анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование	<b>Задания:</b> 1. Проанализировать рынок недвижимости г.Кирова за последние 3 года (спрос, предложение, цены). 2. Провести сегментацию рынка недвижимости г. Кирова. 3. Провести позиционирование продукции одной из строительных компаний г. Кирова.
Определять стратегию и тактику относительно ценообразования	Решить задачу: Торговая фирма закупает товар по цене 200 руб. за единицу и продает в количестве 500 шт. этого товара еженедельно по цене 255 руб. В результате проведенного исследования отделом маркетинга рекомендуется повысить цену на 7%. Эластичность спроса равна 0,9. Необходимо рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать предприятию, чтобы сохранить свою прибыль на том же уровне. Какую прибыль может получить фирма после изменения цены на 7% с учетом состояния спроса?

### 3.2.2. Критерии оценки образовательных результатов

#### 1. Шкала оценки устных ответов

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Тема раскрыта в полном объеме, высказывания связные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры, сделаны выводы. Ответы на вопросы даны в полном объеме или вопросы отсутствуют.	5	отлично
Тема раскрыта не в полном объеме, высказывания в основном связные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры, сделаны выводы.	4	хорошо

Ответы на вопросы сигнализируют о наличии проблемы в понимании темы.		
Тема раскрыта недостаточно, высказывания несвязные и нелогичные. Научная лексика не использована, примеры не приведены, выводы отсутствуют. Ответы на вопросы в значительной степени зависят от помощи со стороны преподавателя.	3	удовлетворительно
Тема не раскрыта. Логика изложения, примеры, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.	2	неудовлетворительно

### 2. Шкала оценки модельных ответов

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Задание выполнено в соответствии с модельным ответом	5	отлично
В задании допущен один -два недочета и (или) одна ошибка	4	хорошо
В задании допущено несколько недочётов и две ошибки	3	удовлетворительно
В задании допущено несколько недочетов и более двух ошибок	2	неудовлетворительно

### 3. Шкала оценки тестов в соответствии с ключом к тесту

Процент результативности (количество правильных ответов в тесте %)	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
80 ÷ 100 %	5	отлично
70 ÷ 79 %	4	хорошо
60 ÷ 69%	3	удовлетворительно
менее 60%	2	неудовлетворительно