

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный педагогический университет»
Бийский филиал имени В.М. Шукшина

Кафедра менеджмента и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Директор
Бийского филиала им. В.М. Шукшина
АлтГПУ
Т.В. Гаврутенко
"01" *ноября* 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины
(общепрофессиональный цикл)

ОПЦ.13 Основы менеджмента и маркетинга

Специальность
38.02.01 ЭКОНОМИКА И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ (ПО ОТРАСЛЯМ)

Квалификация
Бухгалтер

Форма обучения
очная

Бийск, 2024

Рабочая программа учебной дисциплины Основы менеджмента и маркетинга

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) среднего профессионального образования (далее - СПО) и утвержденного приказом Министерства просвещения России от «24» июня 2024 г. № 437

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры менеджмента и туризма
Протокол № 3 от 28.10.2024

И.о. заведующего кафедрой



Гребенников О.Р.

Разработчики:

Корецкая Т.В., старший преподаватель кафедры менеджмента и туризма

Рецензенты:

Ощепкова Н.Г., канд. пед. наук, доцент кафедры менеджмента и туризма

Фомина С.А., канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и туризма

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА «Основы менеджмента и маркетинга»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 03, ОК 04.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде. Умеет организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, детьми в ходе профессиональной деятельности.	Знает психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	108
в т.ч. в форме практической подготовки	48

в т. ч.:	
теоретическое обучение	30
практические занятия	48
<i>Самостоятельная работа</i>	20
<i>Самостоятельная работа с преподавателем</i>	4
Промежуточная аттестация(в форме экзамена)	6

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Основы менеджмента			
Тема 1.1 Предмет, цели и задачи менеджмента.	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Понятие менеджмента, цели, задачи, роль, предпосылки возникновения; менеджмент как наука, искусство, человеческий фактор.		
	Лабораторные и практические занятия	-	
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	1	
	Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 1.2 Социальная ответственность руководителя организации.	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Рассмотрение социальных сторон отношения руководителя к персоналу и организации к своим подчиненным.		
	Лабораторные и практические занятия	-	
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	1	
	Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 1.3 Принципы и методы Менеджмента.	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Характеристика принципов менеджмента, изучение методов менеджмента: организационно-распорядительный, экономический, психологический и социальный.		
	Лабораторные и практические занятия	-	
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	1	

	Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 1.4 Общая характеристика организации.	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Понятие организации, цели ее; общие характерные черты, присущие для любой организации. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Уровни управления. Сфера контроля. Высокая и плоская структура управления.		
	Лабораторные и практические занятия		
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	1	
	Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 1.5 Внутренняя и внешняя среда организации.	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Характеристика внутренней среды. Главные переменные внутренней среды и их значение в организации: цели, структура, задачи, технология и персонал. Изучение контактных аудиторий внешней среды по отношению к самой организации. Среда прямого и косвенного воздействия. Характеристика внешней среды по составляющим – это скорость, подвижность и неопределенность среды.		
	Лабораторные и практические занятия	-	
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	1	
	Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 1.6 Цикл менеджмента.	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Понятие функции менеджмента. Характеристика составляющих функций менеджмента: планирование, организация, мотивация и контроль. Взаимосвязь функций и цикличность процесса. Понятие планирования и значение планов в организации деятельности структурных подразделений. Виды планирования.		
	Лабораторные и практические занятия	-	
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	3	
	Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 1.7 Разработка структуры управления организацией.	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Типы построения бюрократических и адаптивных структур. Их достоинства и недостатки. Характеристика регионального, дивизионального, продуктового принципа и др.; Характеристика линейной, штабной,		

		матричной структуры управления. Причины их возникновения и использования в организациях любой формы собственности.		
		Лабораторные и практические занятия	-	
		Лабораторная работа	-	
		Практическая работа	1	
		Самостоятельная работа студентов	2	
Тема 1.8 Полномочия, ответственность и делегирование в менеджменте.	1.8	Содержание учебного материала		
		Раскрытие понятий - полномочия и ответственности. Что значит иметь полномочия и за что нести ответственность. Понятие делегирования, значение для организации в целом, компетенции руководителей, распределение должностей и ответственность в ходе управления, ключевые умения передавать ответственность.	1	ОК 03. ОК 04.
		Лабораторные и практические занятия	-	
		Лабораторная работа	-	
		Практическая работа	3	
		Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 1.9 Мотивационные механизмы в практике менеджмента.	1.9	Содержание учебного материала		
		Понятие вознаграждения, материальное и моральное вознаграждение, мотивы побуждающие к труду.	1	ОК 03. ОК 04.
		Лабораторные и практические занятия	-	
		Лабораторная работа	-	
		Практическое занятие 4 Изучение способов вознаграждения людей за труд.	1	
		Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 1.10 Сущность, виды и необходимость контроля.	1.10	Содержание учебного материала		
		Сущность контроля, виды. Необходимость контроля в управлении. Взаимосвязь функции контроля с планированием и мотивацией персонала. Принципы осуществления контроля. Этапы контроля.	1	ОК 03. ОК 04.
		Лабораторные и практические занятия		
		Лабораторная работа	-	
		Практическое занятие 5 Изучение поведенческих аспектов контроля.	1	
		Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 1.11 Виды и методы управленческих решений.	1.11	Содержание учебного материала		
		Понятия – решения, проблема, риск. Виды и методы решений. Концептуальные решения, исполнительские решения. Четыре основных	2	ОК 03. ОК 04.

решений	метода принятия решения.		
	Лабораторные и практические занятия		
	Лабораторная работа	-	
	Практическое занятие 6 Принятие управленческих решений в различных ситуациях.	4	
	Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 1.12 Лидерство, руководство, власть. Стили управления	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Понятие руководства, влияния, лидерства и их взаимосвязь. Формы власти и влияния основанные на: принуждении, вознаграждении, эталонная, экспертная. Понятие стиля управления. Характеристика авторитарного, демократического, либерального стиля управления. Управленческая решетка.		
	Лабораторные и практические занятия	-	
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	1	
	Самостоятельная работа студентов	2	
Тема 1.13 Конфликт в организации	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Понятие конфликта и причины его появления. Позитивный и негативный конфликт. Виды, типы, способы управления конфликтными ситуациями.		
	Лабораторные и практические занятия		
	Лабораторная работа	-	
	Практическое занятие 7 Изучение и анализ способов управления конфликтными ситуациями.	3	
	Самостоятельная работа студентов	2	
Тема 1.14 Коммуникации как связующие процессы управления	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Понятие коммуникации, структура коммуникационного процесса. Современные средства коммуникации.		
	Лабораторные и практические занятия		
	Лабораторная работа	-	
	Практическое занятие 8 Изучение коммуникативности	1	
	Самостоятельная работа студентов	2	
Тема 1.15 Особенности менеджмента области	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Труд менеджера и его специфические особенности по управлению коллективом исполнителей. Понятие эффективности управления.		
	Лабораторные и практические занятия	-	

профессиональной деятельности	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	1	
	Самостоятельная работа студентов	-	
Раздел 2. Основы маркетинга			
Тема 2.1 Предмет, цели и задачи маркетинга	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет маркетинга, его цели и задачи. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение маркетинга в подготовке специалистов.		
	Лабораторные и практические занятия	-	
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	1	
	Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 2.2 Комплекс маркетинга и его элементы	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление (краткий перечень структурных элементов).		
	Лабораторные и практические занятия	-	
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	1	
	Самостоятельная работа студентов	2	
Тема 2.3 Понятие сегмента рынка. Принципы сегментирования.	Содержание учебного материала	1	ОК 03. ОК 04.
	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие.		
	Лабораторные и практические занятия	-	
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	1	
	Самостоятельная работа студентов	2	

Тема 2.4 Признаки сегментации и выбор целевых сегментов	Содержание учебного материала		
	Выбор целевого сегмента, определение потенциальной выгоды от использования каждого из сегмента: массовый (или недифференцированный) маркетинг, целевой (концентрированный) маркетинг, дифференцированный (множественная сегментация) маркетинг.	1	ОК 03. ОК 04.
	Лабораторные и практические занятия	-	
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	3	
	Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 2.5 Позиционирование товара для целевого рынка	Содержание учебного материала		
	Понятие позиционирования товара, критерии позиционирования - функциональность, преимущества, соответствие, срок службы, стиль и дизайн; этапы и критерии позиционирования.	2	ОК 3
	Лабораторные и практические занятия		
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	2	
	Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 2.6 Субъекты маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала		
	Первая группа субъектов: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы). Положение об отделе маркетинга. Требования к специалисту по маркетингу. Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации. Вторая группа субъектов: потребители, поставщики, конкуренты, СМИ, органы государственного, регионального управления и местного самоуправления. Необходимость контактов маркетологов с указанными субъектами. Потребители: понятие, различие понятий в российских и международных нормативных документах. Классификация потребителей по разным признакам.	1	ОК 03. ОК 04.
	Лабораторные и практические занятия		
	Лабораторная работа	-	

	Практическая работа	1	
	Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 2.7 Объекты маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала		
	Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.	1	ОК 03. ОК 04.
	Лабораторные и практические занятия		
	Лабораторная работа	-	
	Практическое занятие 9 Изучение видов спроса на товар	1	
	Самостоятельная работа студентов	2	
Тема 2.8 Окружающая среда маркетинга	Содержание учебного материала		
	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая (технологическая), культурная. Краткая характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка.	1	ОК 03. ОК 04.
	Лабораторные и практические занятия	-	
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	3	
	Самостоятельная работа студентов	-	
Тема 2.9 Основные понятия, виды конкуренции	Содержание учебного материала		
	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, характерные признаки. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания.	1	ОК 03. ОК 04.

	Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества.		
	Лабораторные и практические занятия		
	Лабораторная работа	-	
	Практическое занятие 10, 11 Оценка конкурентоспособности организации	1	
	Самостоятельная работа студентов	2	
Тема 2.10 Средства маркетинга	Содержание учебного материала		
	Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей, средства стимулирования сбыта. Средства удовлетворения потребностей: виды, их краткая характеристика. Маркетинговое понятие товара. Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей.	1	ОК 03. ОК 04.
	Лабораторные и практические занятия		
	Лабораторная работа	-	
	Практическое занятие 12 Определение этапа жизненного цикла товара	1	
	Самостоятельная работа студентов	2	
Тема 2.11 Средства распространения товаров	Содержание учебного материала		
	Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта. Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.	1	ОК 03. ОК 04.
	Лабораторные и практические занятия		
	Лабораторная работа	-	
	Практическое занятие 13 Оценка эффективности сбытовой политики	3	
	Самостоятельная работа студентов		
Тема 2.12 Рекламная деятельность	Содержание учебного материала		
	Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной	1	ОК 03. ОК 04.

	информации. Модель потребительского восприятия рекламы. Рекламная кампания фирмы. Выбор видов и носителей рекламы. Структура рекламы. Правила рекламы. Организация рекламной кампании. Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.		ОК 03. ОК 04.
	Лабораторные и практические занятия	-	
	Лабораторная работа	-	
	Практическая работа	-	
	Самостоятельная работа студентов	3	
Тема 2.13 Понятие исследования рынка	Содержание учебного материала		
	Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС): виды, назначение. Информационные методы: реклама, пропаганда, консультации. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, паблик рилейшенз; возможности, достоинства и недостатки. Аналитические методы: анализ и оценка окружающей среды, анализ поведения потребителей. Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности.	1	ОК 03. ОК 04.
	Лабораторные и практические занятия		
	Лабораторная работа		
	Практическое занятие 14 Изучение методов сбора маркетинговой информации	3	ОК 03. ОК 04.
	Самостоятельная работа студентов		
Курсовое проектирование		-	
Примерная тематика курсовой работы (проекта): <i>непредусмотрено учебным планом</i>		-	
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6	
Консультации		4	
Всего:		108	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

При возникновении особых обстоятельств освоение учебного предмета Основы менеджмента и маркетинга с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению реализации учебного предмета

Реализация учебного предмета (чтение лекций, проведение практических занятий) осуществляется в учебной аудитории № 207 (659300 г. Бийск, ул. Советская, 5, учебный корпус 2).

Оснащение аудитории № 207: Специализированная мебель. Технические средства обучения: наличие подключения к сети Интернет, переносное оборудование.

Аудитория для самостоятельной работы № 215 (659300 г. Бийск, ул. Советская, 5, учебный корпус 2).

Оснащение аудитории № 215: Специализированная мебель. Технические средства обучения: компьютеры, наличие подключения к сети Интернет.

Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа.

Win10PROQROEM Контракт №19/5-ЭА от 18.11.2019 (Поставка программно-аппаратного комплекса Студент)

Антивирус Касперского Сублицензионный договор СЦ-00001380 от 01.03.2023 Лицензия № 26FE-230306-093724-9-35565(370)

Консультант Плюс Договор №26 от 30.12.2022г ООО «Юркомп»

Photoshop Elements 7.0 RUCertificate Number 6255746

CorelDRAW Graphics Suite X4 Education License Software Number: LCCDGSX4MIULAA

Flash Pro CS5 11 Windows Russian Certificate Number 8229084

MovaviVideoEditorAcademicEdition 2020 Лицензионный договор на использование программного обеспечения от 26.02.2021г.

MovaviPhotoEditor 6 Лицензионный договор на использование программного обеспечения от 26.02.2021г.

Astra Linux Special Edition

LibreOffice (текстовый редактор, табличный редактор, программа подготовки презентаций, механизм подключения к внешним СУБД, векторный графический редактор, редактор формул)

Редактор растровой графики

GIMP v2.8.14

Воспроизведение мультимедиа

alsa v1.0.25

VLC v2.2.2 ПАК NITRINO Лицензионный договор № РБТ-14/1617-01-ВУЗ на предоставление права использования программы для ЭВМ от 09.11.2017г. Контракт №19/5-ЭА от 18.11.2019 (Поставка программно-аппаратного комплекса Студент)

СПО по лицензионным соглашениям в свободном распространении, в том числе по GNUGeneralPublicLicense и аналогам: 2 ГИС, 7-Zip, AdobeLicense: AdobeFlashPlayer; AdobeReader, AIMP3, BurnAwareFree, CCleaner, Defraggler, FarManager, Firebird, FoxitReader, GNU (GeniralPublic, cense или аналог) Version 2: AudaCity; Blender; DBDesigner; FileZilla; Inscapе; OpenOffice 4; VirtualDub, VLCMediaplayer; OracleVirtualBox, GNU (GeniralPublicLicense или аналог) Version 3, Gimp; K-LiteCodecPack, XAMPP, GoogleChrome, HEFS, IBExpert, MyTestX, Notepad++, PascalABC, Денвер, ictnзор, InternetCensor, NonVigalDesktopAccess (NVDA) Айрен v2.3– редактор тестов, **LibreOffice**

3.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение программы учебного

Основная учебная литература:

1. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442203>.
2. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426395>.
3. Астахова, Н. И. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин ; под общей редакцией Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5386-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426417>.
4. Гапоненко, А. Л. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02049-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433278>.
5. дополнительная: Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433399>.
6. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433413>.
7. Михалева, Е. П. Менеджмент : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5662-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431066>.
8. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437017>.

Информационные образовательные ресурсы сети Интернет:

1. Фонд Электронных Ресурсов Университета (ФЭРУ);
2. Электронно-библиотечная система «IPRsmart»;
3. Roipred.com (научные статьи поотраслям);
4. Elibrary.ru (электронные периодические издания);
5. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ);
6. Портал «Мои финансы» <https://моифинансы.рф/>;
7. Портал «Финансовая культура» <https://fincult.info/>.

4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь: - планировать и организовывать работу подразделения; -формировать организационные структуры управления; -разрабатывать мотивационную политику организации;	Индивидуальное задание, тестирование, Деловые игры по темам изучаемого материала с моделированием ролевого поведения согласно условиям игры, рецензирование ролевого поведения
-применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; -принимать эффективные решения, используя систему методов управления;	Индивидуальное задание, тестирование, Деловые игры по темам изучаемого материала с моделированием ролевого поведения согласно условиям игры, рецензирование ролевого поведения
- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;	Индивидуальное задание, тестирование
-анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование; -определять стратегию и тактику относительно ценообразования;	Индивидуальное задание, тестирование
Знать: -сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; -особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);	Тестовый контроль. Устный контроль в форме: индивидуального опроса; фронтального опроса; Деловые игры по темам изучаемого материала с моделированием ролевого поведения согласно условиям игры, рецензирование ролевого поведения
-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;	Тестовый контроль. Устный контроль в форме: индивидуального опроса; фронтального опроса; Деловые игры по темам изучаемого материала с моделированием ролевого поведения согласно условиям игры, рецензирование ролевого поведения
-систему методов управления; -методику принятия решений; -стили управления, коммуникации, деловое общение;	Тестовый контроль. Устный контроль в форме: индивидуального опроса; фронтального опроса; Деловые игры по темам изучаемого материала с моделированием ролевого поведения согласно условиям игры,

	рецензирование ролевого поведения
-сущность и функции маркетинга; -конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.	Тестовый контроль. Устный контроль в форме: индивидуального опроса; фронтального опроса; Деловые игры по темам изучаемого материала с моделированием ролевого поведения согласно условиям игры, рецензирование ролевого поведения

Контрольные вопросы для экзамена по дисциплине

- 1.Понятие, сущность и содержание менеджмента.**
- 2.Менеджмент как наука и практика управления. Цели и задачи менеджмента.**
- 3. Эволюция менеджмента как научной дисциплины**
- 4. Общая характеристика процессного, системного и ситуационного подходов к управлению и их отличительные особенности.**
- 5. Характеристика организации как системы. Цели в управлении организацией. Классификация целей и их ранжирование.**
- 6. Основные факторы внешней среды организации и их взаимосвязь**
- 7. Основные факторы внутренней среды организации.**
- 8. Характеристика внутренних ситуационных переменных организации**
- 9. Сущность и понятие организационной структуры управления**
- 10. Основы проектирования организационных структур управления. Этапы процесса проектирования организации.**
- 11. Характеристика линейной и линейно-штабной структуры**
- 12. Функциональная и дивизионная структуры управления**
- 13. Матричная структура управления**
- 14. Понятие и виды коммуникаций в менеджменте.**
- 15. Основные этапы коммуникационного процесса.**
- 16. Методы преодоления коммуникационных барьеров.**
- 17. Понятие и типы коммуникационных сетей.**
- 18. Сущность и виды управленческих решений.**
- 19. Основные стадии и этапы принятия и реализации управленческих решений**
- 20. Модели поведения руководителя при принятии управленческих решений.**
- 21. Методы принятия управленческих решений**
- 22. Характеристика стилей управления.**
- 23.Требования, предъявляемые к менеджеру.**
- 24. Понятие и источники организационных конфликтов. Методы разрешение конфликтов.**
- 25. Понятие стратегического менеджмента, его цели, задачи и функции. Процесс стратегического планирования.**
- 26. Определение понятия маркетинг, его цели, задачи и функции.**
- 27. Основные категории маркетинга.**
- 28. Эволюция маркетинга как научной дисциплины. Концепции маркетинга.**
- 29. Рынок в системе маркетинга, его виды и принципы функционирования. 30. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение.**
- 31. Виды спроса и задачи маркетинга**
- 32. Понятие сегментации и ее роль в деятельности предприятия. Основные принципы сегментации потребительского рынка.**
- 33. Выбор целевых сегментов. Стратегии охвата рынка.**

34. Позиционирование товара на рынке.
35. Сущность и виды маркетинговых исследований.
36. Понятие и методы сбора маркетинговой информации.
37. Программа маркетингового исследования и ее составные части.
38. Понятие комплекса маркетинга. Комплекс «4Р» и «7Р».
39. Понятие товара в маркетинге. Основные виды классификации товаров.
40. Процесс разработки новых товаров.
41. Жизненный цикл товаров (ЖЦТ). Разновидности кривых ЖЦТ.
42. Товарный ассортимент и номенклатура продукции.
43. Политика ценообразования предприятия.
44. Факторы, воздействующие на установление цены.
45. Методы ценообразования.
46. Стратегии ценообразования.
47. Понятие и сущность распределения и процесса товародвижения. Процесс разработки сбытовой политики.
48. Каналы распределения: их виды и функции.
49. Коммуникационная политика и ее составляющие
50. Методы продвижения товаров.