

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
«Основы менеджмента и маркетинга»

1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» принадлежит к профессиональному циклу, включающему в себя общепрофессиональные дисциплины, в соответствии с ФГОС СПО по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения».

2. Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование навыка делового общения и профессиональных коммуникаций, принятия эффективных решений.

3. Структура дисциплины

Функции менеджмента. Принятие решений в профессиональной деятельности. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности. Особенности маркетинга в области профессиональной деятельности.

4. Основные образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины используются как традиционные, так и технологии активного обучения: проектные, ситуативно-ролевые, поисковые, исследовательские, объяснительно-иллюстративные с использованием интерактивной доски и др.

5. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов общих и профессиональных компетенций (ОК 1-10, ПК 1.4, ПК 3.1).

В результате изучения 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.

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.

6. Общая трудоемкость дисциплины

Максимальная нагрузка составляет 66 часов, из них на самостоятельную работу обучающихся отводится 20 часов, на обязательную аудиторную нагрузку – 46 часов, практические занятия – 10 часов.

7. Формы контроля

Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет в 5-м семестре.

8. Составитель: Артамонова Тамара Алексеевна, преподаватель.