

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ГАПОУ СО «Краснотурьинский индустриальный колледж»
(ГАПОУ СО «КИК»)**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП 04. Основы менеджмента и маркетинга

Для специальности:

21.02.05 Земельно-имущественные отношения

(углублённая подготовка)

Краснотурьинск
2020

Рабочая программа рассмотрена и одобрена предметной (цикловой) комиссией Экономики

Председатель комиссии Дрожжина А.М.

Протокол № ____ от _____ 2020 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 21.02.05 Земельно - имущественные отношения Министерства образования и науки РФ, год утверждения 12.05.2014 № 486

Заместитель директора
по учебной работе

Э.В. Сергеева

Разработчик: Трощенко И.В.,
преподаватель экономических дисциплин
ГАПОУ СО «КИК»

Эксперт от работодателя:
Вершинина О.В., председатель местного самоуправления
по управлению муниципальным имуществом
«Комитет по управлению имуществом ГО Краснотурьинск

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП 04. Основы менеджмента и маркетинга

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы - программы подготовки специалистов среднего звена (базовой подготовки) в соответствии с ФГОС СПО по специальности **21.02.05. Земельно-имущественные отношения**.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: входит в профессиональный цикл, относится к общепрофессиональным дисциплинам.

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.

В результате освоения учебной дисциплины формируются общие и профессиональные компетенции:

Код ОК	Наименование общих компетенций
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.
ОК 3.	Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 4.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 5.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 8.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

Код ПК	Наименование ПК
ПК 1.4.	Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.
ПК 3.1.	Выполнять работы по картографо-геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:
максимальной учебной нагрузки обучающегося - 134 часов, в том числе:
обязательной аудиторной нагрузки обучающегося - 96 часов;
самостоятельной работы обучающегося - 38 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	<i>134</i>
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	<i>96</i>
в том числе:	
практические занятия	<i>46</i>
контрольная работа	<i>2</i>
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	<i>38</i>
в том числе:	
подготовка к практическим занятиям	<i>6</i>
проработка конспектов занятий	<i>20</i>
оформление и подготовка к защите практической работы	<i>6</i>
выполнение индивидуальных заданий	<i>6</i>
<i>Итоговая аттестация в форме экзамена</i>	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП 04. Основы менеджмента и маркетинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2		3	4
	Часть 1. Основы менеджмента			
Раздел 1. Общая характеристика менеджмента.			17	
Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития.	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	1	Понятие менеджмента, его содержание. Практические предпосылки возникновения менеджмента. Место менеджмента в будущей работе по специальности. Уровни менеджера. Содержание и основные положения школ менеджмента: школа научного управления, административная школа, школа психологии и человеческих отношений, школа науки управления. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный и ситуационный. Их сущность и основные отличия. Модели менеджмента: американская, японская и т.д. Тенденции современного менеджмента. Национальные особенности менеджмента.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		2	
	Практическая работа №1 по теме: Составление характеристики менеджера с последующим обсуждением.		2	
Тема 1.2 Цикл менеджмента	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	2	Цикл менеджмента – основа управленческой деятельности. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация и контроль. Характеристика функций цикла.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		2	

	Практическая работа №2 Составление модели цикла менеджмента, на основе модели описание достижения поставленных целей.		2	
Тема 1.3 Принципы и методы управления	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	3	Основные принципы управления. Основные методы управления: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические. Их достоинства и недостатки.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		1	
	Практическая работа №4 Анализ организационных структур в малых группах с последующим обсуждением.		2	
Раздел 2. Функции менеджмента в рыночной экономике			33	
Тема 2.1 Организация как объект менеджмента. Внутренняя и внешняя среда организации	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	4	Понятие организации. Основные признаки организаций. Классификация организаций. Классификация организационно-правовых форм организаций. Коммерческие и некоммерческие организации. Содержание внутренней среды организации.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Выполнение индивидуальных заданий		2	
	5	Внешняя среда организации и признаки, характеризующие её: подвижность, сложность и неопределённость. Среда прямого и косвенного воздействия.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		2	
Тема 2.2 Типы организационных структур	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	6	Основные принципы построения организационных структур. Типы структур управления: линейная, функциональная, проектная, матричная, дивизиональная. Достоинства и недостатки организационных структур управления.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		1	
	7	Понятие полномочий и их делегирование, ответственность. Достоинства и недостатки централизации и децентрализации.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся:		2	

	Подготовка к практическому занятию		4	
	Практическое занятие №5, №6 по теме:			
	Построение организационной производственной структуры предприятия (учебного заведения, в котором обучается студент).		1	
	Самостоятельная работа обучающихся: Оформление и подготовка к защите практической работы.			
Тема 2.3 Планирование в системе менеджмента	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	8	Планирование как функция управления. Роль планирования в организации. Принципы планирования. Виды планов: перспективные, стратегические, текущие, бизнес-планы и т.д. Стратегическое планирование. Понятие стратегии. Процесс стратегического планирования: миссия и цели, анализ внешней среды, анализ сильных и слабых сторон, анализ альтернативных и выбор стратегии и т.д.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Выполнение индивидуальных заданий		1	
Тема 2.4 Мотивация как функция управления	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	9	Сущность и содержание мотивации. Первичные и вторичные потребности. Мотивация и иерархия потребностей. Индивидуальная и трудовая мотивация. Теории мотивации.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка к практическому занятию		1	
	Практическая работа № 7 Разработка мотивационной политики организации; анализ ситуационных задач.		2	
	Практическое занятие №8, №9 по теме:		4	
	Анализ значимости отдельных потребностей для студента в процессе обучения: физиологических, безопасности, принадлежности и причастности, признания и самоутверждения, самовыражения.			
	Самостоятельная работа обучающихся: Оформление и подготовка к защите практической работы.		1	
Тема 2.5 Контроль и его виды	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	10	Сущность контроля. Виды контроля: предварительный, текущий, заключительный. Этапы контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с реальными результатами, коррекция.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		1	

Раздел 3. Методика принятия решений			8	
Тема 3.1 Принятие управленческих решений	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	11	Типы решений и требования к ним. Этапы принятия решений: установление проблемы, выявление факторов и условий, разработка решений, оценка и принятие решений		
	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		1	
	Практическая работа №10 Разбор конкретной ситуации с последующим обсуждением, модель принятия решения		2	
Тема 3.2 Методы принятия решений	Содержание учебного материала		2	
	12	Методы принятия решений. Методы коллективного решения проблем: метод мозговой атаки		
	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		1	
Раздел 4. Социально-психологические аспекты менеджмента			22	
Тема 4.1 Психология менеджмента	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	13	Понятие о психике и личности. Индивидуально-типологические особенности личности: типы темперамента, организаторские способности. Психологические аспекты малых групп и коллективов: формальные и неформальные группы. Социально-психологический климат в коллективе. Власть и лидерство. Понятие имиджа, его составные компоненты.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		1	
Тема 4.2 Коммуникации и деловое общение	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	14	Понятие коммуникации. Информация и ее виды.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		1	
	15	Правила ведения бесед, совещаний. Планирование проведения данных мероприятий. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров. Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование,	2	

		опровержение доводов собеседника, принятие решения.		
		Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка к практическому занятию	1	
		Практическая работа № 11 Разбор конкретной ситуации с предложенными вопросами для обсуждения по предложенной теме	2	
		Практическое занятие №12, №13 по теме:	4	
		Составить модель деловых переговоров с воображаемым собеседником.		
		Самостоятельная работа обучающихся: Оформление и подготовка к защите практической работы.	1	
Тема 4.3 Стили руководства в управлении		Содержание учебного материала	2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	16	Особенности авторитарного стиля управления. Особенности демократического стиля управления. Особенности либерального стиля управления. Плюсы и минусы каждого из них. Основные типы руководителей.		
		Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий	1	
Тема 4.4 Особенности менеджмента в земельно - имущественных отношениях		Содержание учебного материала	2	
	17	Менеджмент в земельно-имущественных отношениях и его особенности: организационные, управленческие, социально-психологические и др.		
		Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий	1	
		Часть 2. Основы маркетинга		
Раздел 5. Теоретические аспекты маркетинга			54	
Тема 5.1 Содержание и сущность маркетинга. Маркетинговые исследования.		Содержание учебного материала	2	
	18	Понятие «маркетинг». История возникновения маркетинга. Цели, задачи, функции и принципы маркетинговой деятельности. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, социальный маркетинг; по приоритетности задач и т.д. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Виды		

		исследований. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формирование целей исследования, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		1	
		Практическая работа №14 Выбор варианта ответа в заданной ситуации, который соответствует маркетинговой ориентации организации с обоснованием и последующим обсуждением в группе.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		1	
Тема 5.2 Рынок как экономическая основа маркетинга. Сегментация рынка	Содержание учебного материала		2	
	19	Рынок как экономическая основа маркетинга. Рынок недвижимости. Критерии сегментации рынка. Назначение сегментирования. Критерии выбора сегмента рынка. Позиционирование товара, условия правильного позиционирования. Стратегия ориентации на потребителя.		
	Практическая работа №15 Определение вида спроса, характерных для товаров и услуг в предложенных ситуациях с последующим обоснованием		2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Выполнение индивидуальных заданий		2	
Тема 5.3 Субъекты и объекты маркетинга в области земельно-имущественных отношений	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	20	Субъекты: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Субъекты рынка недвижимости. Службы и отделы маркетинга в профессиональной деятельности. Потребители, классификация потребителей по разным признакам. Объекты: нужда, спрос, потребность. Их общность и различия. Объекты рынка недвижимости. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.		
	Практическая работа №16 Составление описания объектов и субъектов маркетинга в области земельно-имущественных отношений.		2	

	Самостоятельная работа обучающихся: Проработка конспекта занятий		2	
Тема 5.4 Окружающая и конкурентная среда маркетинга	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	21	Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга. Макросреда и конъюнктура рынка. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товара, конкурентные преимущества. Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества.		
	Практическая работа №16, №17 Определение контролируемых и неконтролируемых факторов внешней среды на маркетинг организаций, связанных с будущей специальностью.		4	
	Самостоятельная работа обучающихся: Выполнение индивидуальных заданий		2	
Тема 5.5 Товар и товарная политика	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	22	Маркетинговое понятие товара. Общая характеристика товара. Товары потребительского и производственного назначения. Три группы товаров личного пользования: изделия длительного пользования, краткосрочного пользования и услуги. Жизненный цикл товара, его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Разработка новых товаров. Товарный знак и его значение. Формирование ассортимента объектов недвижимости.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка к практическому занятию		1	
	Практическая работа №17, №18 Система продвижения продукта		4	
	Практическое занятие №19, №20 по теме:		4	
	Решение задач по определению прибыли на каждом этапе жизненного цикла товара			
	Самостоятельная работа обучающихся: Оформление и подготовка к защите практической работы.		2	
Тема 5.6 Ценовая и	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8

сбытовая политика	23	<p>Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Понятие цена. Рыночный механизм ценообразования. Функции цен. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды в сфере недвижимости. Способы ценообразования. Факторы, влияющие на уровень цен. Ценовая и неценовая конкуренция. Особенности формирования свободных розничных цен на рынке недвижимости. Стратегия ценообразования.</p> <p>Основные понятия: сбыт, распределение товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, их виды, функции, уровни, их возможности. Торговые посредники: виды и типы. Факторы, влияющие на выбор посредника.</p>		ПК 1.4 ПК 3.1
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка к практическому занятию		1	
	Практическая работа №21 Составление предложений по повышению конкурентноспособности продукта не за счет цены, а за счет других факторов, с последующим обсуждением в группе		2	
	Практическое занятие №22 по теме: Решение задач по определению себестоимости, цены и издержек продукта.		2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Оформление и подготовка к защите практической работы.		1	
Тема 5.7 Реклама	Содержание учебного материала		2	ОК 1 – 8 ПК 1.4 ПК 3.1
	24	Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. Требования к рекламе. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации. Выбор видов и носителей рекламы. Организация рекламной компании. Эффективность рекламы разных видов.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка к практическому занятию		1	
	Практическое занятие №23 по теме: Составление рекламы по продаже недвижимости		2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Оформление и подготовка к защите практической работы.		1	
Экзамен			2	
всего			134	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета менеджмента и маркетинга.

Оборудование учебного кабинета:

– рабочее место преподавателя, оборудованное персональным компьютером с лицензионным или свободным программным обеспечением, соответствующим разделам программы и подключенным к сети Internet и средствами вывода звуковой информации;

- комплект учебно-наглядных пособий по менеджменту и маркетингу.
- сканер;
- принтер.

Технические средства обучения:

мультимедиапроектор и мультимедийная доска.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Драчева Е.Л. Менеджмент [Текст]: учебник. Рекомендован ФГАУ "ФИРО"/ Е. Л. Драчева, Л. И. Юликов. - М.: Академия, 2019. – 304 с. -(Профессиональное образование
2. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2017. – 320 с.
3. Пястолов, С. М., Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Практикум. : учебно-практическое пособие / С. М. Пястолов. — Москва : КноРус, 2020. — 193 с. — ISBN 978-5-406-07727-6. — URL: <https://book.ru/book/933583>
4. Захарова, И. В., Маркетинг в вопросах и решениях : учебное пособие / И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева. — Москва : КноРус, 2021. — 300 с. — ISBN 978-5-406-01944-3. — URL: <https://book.ru/book/940042>

Дополнительные источники:

1. Э.Берн Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений. Лениздат. 1992.
2. Р.Н.Бетавина Этика менеджмента: М.: Финансы и статистика, 2019.
3. Д.Бодди, Р.Пэйтон Основы менеджмента. СПб.: Питер, 2018.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. М., «Прогресс», 2001
5. Панова Т.И. Маркетинг. Теория, ситуации, тесты. Учебно – методическое пособие. М., «Книга - сервис», 2020
6. ФЗ РФ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38 – ФЗ
7. ФЗ «Закон о защите прав потребителей» (в редакции федеральных законов от 09.01.1996 г. № 2-ФЗ)

Интернет-ресурсы:

<http://ru.wikipedia.org/wiki>

<http://www.coolreferat.com/>

<http://www.market-pages.ru/manadgmetn.html>

<http://antigtu.ru/menedjment/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий и контрольной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь :	
- планировать и организовывать работу подразделений;	Оценка выполнения и защиты практических работ.
- формировать организационную структуру управления;	Оценка выполнения самостоятельной работы
- разрабатывать мотивационную политику организации;	Оценка выполнения и защиты практических работ.
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	Оценка выполнения и защиты практических работ.
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;	Оценка выполнения самостоятельной работы
- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;	Оценка выполнения самостоятельной работы
- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;	Оценка выполнения и защиты практических работ.
- определять стратегию и тактику относительно ценообразования.	Оценка выполнения и защиты практических работ.
В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать :	
- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;	Оценка индивидуального и фронтального опроса в устной форме.
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;	Оценка индивидуального и фронтального опроса в устной форме.
- внешнюю и внутреннюю среду организации;	Оценка выполнения тестовых заданий
- цикл менеджмента;	Оценка выполнения тестовых заданий
- процесс принятия и реализации управленческих решений;	Оценка индивидуального и фронтального опроса в устной форме.
- функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;	Оценка выполнения индивидуальных заданий.
- систему методов управления;	Оценка индивидуального и фронтального опроса в устной форме.

<i>1</i>	<i>2</i>
- методику принятия решений;	Оценка индивидуального и фронтального опроса в устной форме.
- стили управления, коммуникации, деловое общение;	Оценка выполнения тестовых заданий
- сущность и функции маркетинга;	Оценка выполнения тестовых заданий
- динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	Оценка индивидуального и фронтального опроса в устной форме. Контрольная работа. Экзамен