

Рабочая программа учебной дисциплины составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **21.02.05 Земельно-имущественные отношения** (базовая подготовка), утвержденного 12 мая 2014 года № 486, с учетом программой воспитания по специальности «Земельно-имущественные отношения»

Разработчик Шаритдинова Л.А. преподаватель высшей квалификационной категории

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП 04 Основы менеджмента и маркетинга

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 21.02.05 «Земельно – имущественные отношения» (базовая подготовка).

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

1.3 Цели и задачи 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 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 Результаты освоения учебной дисциплины

Код	Наименование результата обучения
-----	----------------------------------

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 – социальных наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности
ОК 3	Организовывать 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 в 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 анализе социально – экономического развития территории
ПК 3.1	Выполнять работы по картографо – геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»
ЛР 6	Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 9	Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях
ЛР 10	Забогающийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой
ЛР 11	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры
ЛР 13	Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности
ЛР 14	Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности
ЛР 15	Сохранение традиций и поддержание престижа своей образовательной организации
ЛР 16	Соблюдать дисциплину труда

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов		
	<i>всего</i>	<i>21 ЗНО</i>	<i>31 ЗНО</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	192	93	99
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	128	62	66
практические занятия	40	20	20
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	64	31	33
<i>Итоговая аттестация</i>		диф зачет	экзамен

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» 2 курс

№ урока	Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды ЛР, формированию которых способствует элемент программы
Раздел 1. Общая характеристика менеджмента				
1	Сущность и характерные черты современного менеджмента	<p>Содержание учебного материала Понятие менеджмента, его содержание и место в социально-экономических категориях. Практические предпосылки возникновения менеджмента. Понятие «менеджер», «менеджмент», «бизнесмен», «предприниматель». Менеджмент как вид деятельности, аппарат управления, категория людей, наука и искусство. Место менеджмента в будущей работе по специальности.</p>	2	ЛР 7, ЛР 4, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
2	Современные подходы в менеджменте	<p>Содержание учебного материала Самостоятельная работа 1 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.</p>	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
3	Зарубежный опыт управления	<p>Содержание учебного материала Самостоятельная работа 2 Модели менеджмента: американская, японская и т.д. Тенденции современного менеджмента. Национальные особенности менеджмента. Выполнить задание в рабочей тетради тема 2</p>	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
4	Школы менеджмента	<p>Содержание учебного материала Функции, уровни и роли менеджера. Содержание и основные положения школ менеджмента: школа научного управления,</p>	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16

		административная школа, школа психологии и человеческих отношений, школа науки управления.		
5	Цикл менеджмента.	Содержание учебного материала Цикл менеджмента – основа управленческой деятельности. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация и контроль. Характеристика функций цикла. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
6	Принципы менеджмента	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 3 Основные принципы управления. Выполнить задание в рабочей тетради тема 4	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
7	Методы управления	Содержание учебного материала Основные методы управления: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические. Их достоинства и недостатки		ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
Раздел 2. Функции менеджмента в рыночной экономике				
8	Организация как объект менеджмента.	Содержание учебного материала Разнообразие понятий организации. Основные признаки организаций. Типология и классификация организаций. Общие свойства организаций. Классификация организационно-правовых форм организаций. Коммерческие и некоммерческие организации. Управление в различных организациях.	2	ЛР 7, ЛР 4, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
9	Внутренняя и внешняя среда организации	Содержание учебного материала Факторы, влияющие на деятельность организации. Содержание внутренней среды организации. Внешняя среда организации. Среда прямого и косвенного воздействия. Взаимосвязь внутренних и внешних факторов.	2	ЛР 7, ЛР 4, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16

10	Типы организационных структур	Содержание учебного материала Организация как функция управления. Органы управления. Основные принципы построения организационных структур. Типы структур управления: линейная, функциональная, проектная, матричная, дивизиональная. Достоинства и недостатки организационных структур управления.	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
11	Делегирование полномочий	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 4 Делегирование полномочий. Цели делегирования. Принципы делегирования. Ответственность. принципы делегирования. Понятие централизации и децентрализации. Достоинства и недостатки централизации и децентрализации.	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
12	ПЗ №1 Построение организационной структуры предприятия	Содержание учебного материала Используя исходные данные построить структуру управления и организационную структуру. Проанализировать предложенную структуру Наметить пути совершенствования предложенной структуры	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
13	ПЗ № 2 Разработка должностной инструкции руководителя	Содержание учебного материала Разработать должностную инструкции руководителя среднего звена Проанализировать предложенную должностную инструкцию	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
14	Планирование в системе менеджмента	Содержание учебного материала Планирование как функция управления. Роль планирования в организации. Основные виды планирования. Принципы планирования. Основные этапы планирования Виды планов: перспективные, стратегические, текущие, бизнес-планы и т.д.	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16

15	Планирование в системе менеджмента	<p>Содержание учебного материала Самостоятельная работа 5 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. Текущее планирование. Основные этапы текущего планирования. Реализация текущих планов. Выполнить задание в рабочей тетради с 14-15</p>	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
16	Бизнес - планирование	<p>Содержание учебного материала Самостоятельная работа 6 Понятие бизнес- планирования, последовательность составления бизнес – планов. Содержание разделов бизнес - планов</p>	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
17	ПЗ № 3 Планирование рабочего дня руководителя	<p>Содержание учебного материала Разработать план дня Провести оценку результатов работы</p>	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
18	Мотивация как функция управления	<p>Содержание учебного материала Сущность и содержание мотивации. Первичные и вторичные потребности. Потребности и мотивационное поведение. Мотивация и иерархия потребностей. Индивидуальная и трудовая мотивация. Ступени мотивации.</p>	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
19	Мотивация как функция управления	<p>Содержание учебного материала Самостоятельная работа 7 Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации Теории мотивации. Использование мотивационных механизмов в практике менеджмента. Выполнить задание в рабочей тетради стр 18-19</p>	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
20	ПЗ № 4 Разработка мотивационной политики организации;	<p>Содержание учебного материала Анализ ситуационных задач: выбрать мотиваторы анализировать мотиваторы и отстаивать свою точку зрения</p>	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16

		объяснять потребности выбирать нужное решение		
21	Контроль и его виды	Содержание учебного материала Сущность контроля. Виды контроля: предварительный, текущий, заключительный. Этапы контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с реальными результатами, коррекция. Принципы контроля. Недопустимые формы контроля.	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
22	Управленческая информация	Содержание учебного материала Информация и ее виды: функциональная, координационная, оценочная. Требования, предъявляемые к информации Свойства информации	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
23	ПЗ № 5 Оформление документов по приему на работу	Содержание учебного материала Составить резюме, автобиографию, характеристику, заявление о приеме на работу	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
Раздел 3. Методика принятия решений				
24	Принятие управленческих решений	Содержание учебного материала Типы решений и требования к ним. Принципы принятия эффективного решения. Этапы принятия решений: установление проблемы, выявление факторов и условий, разработка решений, оценка и принятие решений	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
25	Модели принятия решений	Содержание учебного материала Понятие модели. Типы моделей. Процесс построения моделей.	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
26	Методы принятия решений	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 8 Методы принятия решений. Матрица принятия решений. Дерево решений, методы коллективного решения проблем: метод Дельфи, метод мозговой атаки и т.п.	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
27	ПЗ № 6 Разработка принятия управленческих решений	Содержание учебного материала Провести анализ ситуации	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР

		Разработать несколько вариантов решения выбрать оптимальный вариант С учетом ситуации выбрать метод контроля		11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
Раздел 4. Социально-психологические аспекты менеджмента				
28	Личность и ее структура	Содержание учебного материала Понятие о психике. Личность и ее структура. Индивидуально-типологические особенности личности: типы темперамента, акцентуация характера, организаторские способности. Психологические аспекты малых групп и коллективов: классификация и стадии развития групп, формальные и неформальные группы. Социально-психологический климат в коллективе..	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
29	Трудовой коллектив	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 9 Психологические аспекты малых групп и коллективов: классификация и стадии развития групп, формальные и неформальные группы. Социально-психологический климат в коллективе..	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
30	ПЗ № 7 Определение личности по методике Вагнера	Содержание учебного материала 1. Согласно инструкции выполнить тест 2. Обработать полученные результаты, сделать вывод	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
31	Управление конфликтами	Содержание учебного материала Понятие конфликта. Составляющие конфликта. Причины возникновения конфликта. Виды конфликтов. Методы управления конфликтами. Понятие стресса. Факторы влияющие на стресс	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
32	ПЗ № 8 Решение конфликтных ситуаций	Содержание учебного материала 1. Проанализировать ситуацию (определить тип конфликта, причину конфликта, объект конфликта). Предложить метод разрешения конфликтной ситуации и обосновать ее	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
33	ПЗ № 9 Определение темперамента	Содержание учебного материала Сделать тест обработать полученные данные. Определить темперамент	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
34	Власть в менеджменте	Содержание учебного материала Власть понятие. Виды власти. Способы реализации власти.	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР

		Последствия неограниченной власти		13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
35	Лидерство в менеджменте	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 10 Лидерство: понятие. Концепции лидерства. Подчиненные и основные типы подчиненных	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
36	Правовые проблемы менеджмента	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 11 Основы хозяйственного и трудового законодательства. Сущность правовой защищенности менеджерской деятельности. Основные законодательные акты. Трудовой договор и формы трудовых отношений	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
37	ПЗ № 10 Определение деловых качеств менеджера	Содержание учебного материала Оценить менеджера по шкале и сделать вывод	2	ЛР 7, ЛР 4, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
38	Организационная культура	Содержание учебного материала Понятие организационной структуры, элементы организационной структуры. Функции организационной структуры. Понятие имиджа, его составные компоненты.	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
39	Коммуникации и деловое общение	Содержание учебного материала Понятие общения и коммуникации. Функции и назначение управленческого общения. Содержание коммуникационного процесса. Типы коммуникативных барьеров. Условия эффективного общения. Законы управленческого общения. Психологические приемы достижения расположенности подчиненных (аттракция).	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
40	Деловое общение. Правила ведения беседы, совещания	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 12 Правила ведения бесед, совещаний. Планирование проведения данных мероприятий. Факторы повышения эффективности делового общения. Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения.	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16

41	Деловое общение. Коммерческие переговоры	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 13 Коммерческие переговоры. Техника телефонных переговоров Деловой стиль одежды	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
42	Деловое общение. Публичное выступление	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 14 Публичное выступление. Режимы публичных выступлений. Этапы ораторской речи	2	ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
43	Тема 4.3 Стили руководства в управлении	Содержание учебного материала Особенности авторитарного стиля управления. Особенности демократического стиля управления. Особенности либерального стиля управления. Плюсы и минусы каждого из них. Качества руководителей. Основные типы руководителей.	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
44	Качества руководителя	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 15 Качества руководителей. Основные типы руководителей.	1	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
45	Особенности менеджмента в земельно – имущественных отношениях	Содержание учебного материала	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 4, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
46	Принципиальные изменения организации управления в России	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 16 Особенности предшествующей теории управления. Новые принципы управления	2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
47	Контрольно – обобщающее занятие Дифференцированный зачет		2	ЛР 7, ЛР 2, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16
	Максимальная нагрузка		93	
	Аудиторная нагрузка		62	
	Практические занятия		20	

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» 3 курс

№ урока	Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды ЛР, формированию которых способствует элемент программы
1	Содержание и сущность маркетинга	<p>Содержание учебного материала Понятие «маркетинга». История возникновения маркетинга. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов в области земельно – имущественных отношений. Содержание и цели маркетинговой деятельности. Основные принципы маркетинга. Функции маркетинга. Основные требования к социально – этическому маркетингу. Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: цена, товар, распространение (сбыт), стимулирование сбыта (продвижение товара)</p>	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
2	История возникновения маркетинга.	<p>Содержание учебного материала Самостоятельная работа 1 История возникновения маркетинга. Этапы развития маркетинга</p>	2	ЛР 2, ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
3	ПЗ № 1 Определение маркетинга. Решение теста	<p>Содержание учебного материала Предмет маркетинга, его цели и задачи. Проведение тестирования с обсуждением результатов</p>	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
4	Структура маркетинговой деятельности	<p>Содержание учебного материала Самостоятельная работа 2 Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели, задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление Основные виды маркетинга по сфере применения: микро, макро, мета,</p>	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16

		микс, социальный маркетинг, по приоритетности задач Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный, множественный их отличительные особенности краткая характеристика. Особенности некоммерческого маркетинга, муниципальный маркетинг.		
5	Комплекс маркетинга	Содержание учебного материала Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара)	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
6	Рынок как экономическая основа маркетинга	Содержание учебного материала Рынок как экономическая основа маркетинга. Классификация рынка. Рынок недвижимости.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
7	Сегментация рынка	Содержание учебного материала Критерии сегментации рынка. Назначение сегментирования. Критерии выбора сегмента рынка. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
8	Позиционирование товара	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 3 Позиционирование товара, условия правильного позиционирования. Стратегия ориентации на потребителя.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
9	ПЗ № 2 Анализ сегментации рынка	Содержание учебного материала	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
10	ПЗ № 3 Определение емкости рынка	Содержание учебного материала Определить емкость рынка и долю рынка конкретного предприятия	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
11	ПЗ № 4 Анализ целевого сегмента рынка	Содержание учебного материала Провести анализ рынка. Ответить на контрольные вопросы	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
12	Субъекты и объекты маркетинга в области земельно – имущественных отношениях	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 4 Субъекты: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Субъекты рынка недвижимости. Службы	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16

		и отделы маркетинга в профессиональной деятельности. Требования к специалисту по маркетингу. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями. 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		
13	Окружающая среда маркетинга	Содержание учебного материала Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная. Краткая характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
14	Конкурентная среда маркетинга	Содержание учебного материала Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товара, конкурентные преимущества. Конкуренция: виды, их характерные признаки. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
15	Конкурентная среда маркетинга	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 5 Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
16	Конкурентоспособность организаций	Содержание учебного материала Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16

17	ПЗ № 5 Оценки конкурентоспособности товара	Содержание учебного материала Провести оценку конкурентоспособности товара по техническим и экономическим показателям	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
18	Товар в маркетинговом понимании	Содержание учебного материала Средства удовлетворения потребностей: виды, их характеристика. Маркетинговое понятие товара. Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей. Общая характеристика товара. Товары потребительского и производственного назначения. Три группы товаров личного пользования: изделия длительного пользования, краткосрочного пользования и услуги.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
19	Жизненный цикл товара	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 6 Жизненный цикл товара, его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
20	Этапы разработки нового товара	Содержание учебного материала Разработка новых товаров: обоснование, необходимости, уровни, этапы	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
21	Упаковка и маркировка товара	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 7 Товарный знак и его значение. Функции товарного знака. Фирменный стиль Формирование ассортимента товаров. Планирование ассортимента	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
22	ПЗ № 6 Определение жизненного цикла товара	Содержание учебного материала	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
23	Цена товара	Содержание учебного материала Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Понятие цена. Рыночный механизм ценообразования. Функции цен. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Назначение цен в маркетинге. Способы ценообразования. Факторы, влияющие на уровень цен. Ценовая и неценовая конкуренция. Особенности формирования свободных	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16

		розничных цен на рынке недвижимост		
24	Цена товара	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 8 Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
25	Этапы ценообразования	Содержание учебного материала Этапы ценообразования	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
26	Ценовая стратегия	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 9 Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
27	ПЗ № 7 Определение метода ценообразования	Содержание учебного материала	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
28	Сбытовая политика	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 10 Основные понятия: сбыт, распределение, распределение товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
29	Средства сбыта	Содержание учебного материала Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Система сбыта. Торговые посредники: виды и типы. Характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредника. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
30	Реклама как метод продвижения товара	Содержание учебного материала Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. Требования к рекламе. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации. Модель потребительского восприятия рекламы.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16

31	Рекламная кампания	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 11 Рекламная кампания фирмы. Выбор видов и носителей рекламы. Организация рекламной компании. Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
32	ПЗ № 8 Разработка рекламного объявления	Содержание учебного материала	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
33	Конъюнктурный рынок недвижимости	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 12 Конъюнктура рынка недвижимости. Динамика спроса и предложения на рынке недвижимости с учетом долгосрочных и краткосрочных перспектив.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
34	Личная продаж как метод продвижения товара	Содержание учебного материала Личная продажа, пропаганда возможности, достоинства, недостатки	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
35	Личная продажа как метод продвижения товара	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 13	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
36	Пропаганда как метод продвижения товара	Содержание учебного материала Понятие пропаганды, ее значение, задачи	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
37	Стимулирование сбыта	Содержание учебного материала Стимулирование сбыта возможности, достоинства. Средства стимулирования	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
38	Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты Виды исследований	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
39	Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала Этапы проведения маркетинговых исследований	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16

40	ПЗ № 9 Составление анкеты	Содержание учебного материала Разработка анкет для маркетингового исследования Сбор информации	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
41	ПЗ № 10 Сбор и обработка информации	Содержание учебного материала Обработка собранной информации Принятие маркетингового решения	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
42	Паблик рилейшенз	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 14 Паблик рилейшенз возможности, достоинства	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
43	Формирование спроса и стимулирование сбыта	Содержание учебного материала Методы формирования спроса и стимулирование сбыта виды, назначения	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
44	Управление маркетингом на предприятии	Содержание учебного материала Понятие управление маркетингом на предприятии. Типы структур маркетинговых служб	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
45	Управление маркетингом на предприятии	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 15 Изучение должностной инструкции специалиста службы маркетинга	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
46	Организация и контроль маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала Контроль в системе маркетинга. Основные направления контроля на стратегическом и тактическом уровнях. Периодичность контроля. Функции контролеров.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
47	Организация и контроль маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 16 Содержание плана ревизии маркетинга. Контроль и планирование маркетинга с помощью ситуационного анализа	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
48	Международный маркетинг	Содержание учебного материала Международный маркетинг: понятие, назначение, особенности его структурных элементов – окружающей среды, структуры комплекса маркетинга. Определение целесообразности выхода на внешний рынок. Критерии выбора рынков. Методы выхода на внешний рынок: экспорт товара, совместная деятельность и инвестирование.	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16

49	Международный маркетинг	Содержание учебного материала Самостоятельная работа 17 Структура служб международного маркетинга. Анализ и оценка составляющих элементов макросреды международного маркетинга	1	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
50	Контрольно – заключительное занятие по разделу маркетинг	Содержание учебного материала	2	ЛР 4, ЛР 6, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 11, ЛР 13-ЛР 16
	Максимальная нагрузка		99	
	Аудиторная нагрузка		66	
	Практические занятия		20	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета 309 «Экономика отрасли и менеджмента»

Оборудование учебного кабинета – калькуляторы

Технические средства обучения-

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники

А. Д. Косьмин, Н. В. Свинтицкий, Е. А. Косьмина. Менеджмент.- М.: Академия, 2011.

Е. Л. Драчева, Л. И. Юликов. Менеджмент.-М.: Академия, 2011

Алексунин В.И. Маркетинг. М., «Дашков и К», 2010

Басовский Л.Е. Маркетинг. М., «Инфа-М» 2010

Виханский О.С. Менеджмент. М., Экономист, 2010

Грибов В.Д. Менеджмент. М., Кнорус, 2010

Казначевская Е.В. Менеджмент. М., Феникс, 2013

Кнышева Е.Н. Менеджмент. М., Форум, 2010.

Коротков Э. М. Менеджмент.- М., Юрайт, 2011.

Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов. Менеджмент. Практикум.-М.: Академия, 2010.

А.Ф. Барышев. Маркетинг.-М.: Академия, 2010.

Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. Маркетинг.-М.: Академия, 2010.

Кошкин Л.И., Соловьев М.М., Кимельман С.А. Земельно-имущественные отношения и недропользование. Основы управления. ВШПП, 2010

Прошкина Т.П. Менеджмент. Учебное пособие для СПО, М., Феникс, 2010

Попова А.А. Менеджмент. Практикум для СПО. М., Феникс, 2010

Райченко А.В. Менеджмент. Учебное пособие. М., Форум, 2010

Дополнительные источники:

Котлер Ф. Основы маркетинга. М., «Прогресс», 2009

Панова Т.И. Маркетинг. Теория, ситуации, тесты. Учебно – методическое пособие. М., «Книга - сервис», 2013

ФЗ РФ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38 – ФЗ

ФЗ «Закон о защите прав потребителей» (в редакции федеральных законов от 09.01.1996 г. № 2-ФЗ)

www.zemlemer.info

Периодические издания:
Кадастровый вестник

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Уметь: планировать и организовывать работу подразделений; формировать организационную структуру 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.	практические занятия, самостоятельная работа, выполнение индивидуальных заданий, тестирование, оценка деятельности на практических занятиях, дифференцированный зачет устный экзамен
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; -систему методов управления; -методику принятия решений; -стили управления, коммуникации, деловое общение; -сущность и функции маркетинга; конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.	
ОК 1 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 – социальных наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности ОК 3 Организовывать 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 в 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 анализе социально – экономического развития территории

ПК 3.1 Выполнять работы по картографо – геодезическому обеспечению территорий, создавать графические материалы

ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций

ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»

ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях

ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях

ЛР 10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой

<p>ЛР 11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры</p> <p>ЛР 13 Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности</p> <p>ЛР 14 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности</p> <p>ЛР 15 Сохранение традиций и поддержание престижа своей образовательной организации</p> <p>ЛР 16 Соблюдать дисциплину труда</p>	
---	--

МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ГБПОУ СО «Красноуфимский аграрный колледж»

КОНТРОЛЬНО – ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП 04 Основы менеджмента и маркетинга

специальность 21.02.05 Земельно – имущественные отношения

курс, группа 2,3, 213ИО, 313ИО

СОДЕРЖАНИЕ

4.1 Паспорт комплекта контрольно - оценочных средств

4.1.1 Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

4.1.2 Формы промежуточной аттестации

4.1.3 Описание процедуры диф.зачёта, экзамена

4.1.4 Критерии оценки диф. зачёта, экзамена

4.2 Комплект «Промежуточная аттестация»

4.2.1 Билеты для дифференцированного зачета

4.2.2 Билеты для экзамена

4.1 ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

4.1.1 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Комплект контрольно-оценочных средств, предназначен для оценки результатов освоения дисциплины ОП 04 «Основы менеджмента и маркетинга»

Предметом оценки освоения учебной дисциплины (УД) являются умения и знания.

Контроль и оценка этих дидактических единиц осуществляются с использованием следующих форм и методов:

Таблица 1 – Формы и методы контроля и оценки дидактических единиц

Результаты освоения (объекты оценивания)	Основные показатели оценки результата и их критерии	Тип задания; № задания	Форма аттестации (в соответствии с учебным планом)
У 1 планировать и организовывать работу подразделения	<ul style="list-style-type: none">- правильность планирования и организации работы подразделения;- правильность принятия и реализации управленческих решений;- демонстрация навыков управления конфликтными ситуациями, стрессами и рисками;- правильность выбора стиля руководства работой структурного подразделения;	Практическое занятие № 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 14, 15	Текущий контроль Диф зачет экзамен
У 2 формировать организационные структуры управления	<ul style="list-style-type: none">правильность формирования организационной структуры управления;- обоснованность выбора организационной структуры управления;	Практическое занятие № 1	Текущий контроль Диф зачет Экзамен
У 3 разрабатывать мотивационную политику организации	<ul style="list-style-type: none">- демонстрация навыков мотивации работников на решение производственных задач;	Практическое занятие № 4	Текущий контроль Диф зачет

			Экзамен
У 4 применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента; делового и управленческого общения	- правильность выбора методов, средств и приемов менеджмента; - правильность планирования и организации деловых бесед, совещаний	Практическое занятие №11, 12, 13	Текущий контроль Диф зачет Экзамен
У 5 принимать эффективные решения, используя систему методов управления	- правильность выбора методов планирования;	Практическое занятие №5	Текущий контроль Диф зачет Экзамен
У 6 учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно – имущественных отношениях	правильность выделения особенностей менеджмента в профессиональной деятельности	Теоретическое занятие	Текущий контроль Диф зачет Экзамен
У 7 анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование	Правильно анализировать рынок недвижимости Правильность проведения сегментации и позиционирования	Теоретическое занятие	Текущий контроль Экзамен
У 8 определять стратегию и тактику относительно ценообразования	Правильность определения стратегии и тактики ценообразования	Теоретическое занятие	Текущий контроль Экзамен
З 1 сущность и характерные черты современного менеджмента	- правильность определения менеджмента; - полнота знаний характерных черт современного менеджмента, основных подходов в менеджменте;	Теоретическое занятие № 1, 2, 18, 19, 20	Текущий контроль Диф зачет Экзамен
З 2 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности	- полнота знаний особенностей менеджмента в области профессиональной деятельности	Теоретическое занятие № 1, 2	Текущий контроль Диф зачет Экзамен
З 3 внешнюю и внутреннюю среду организации	полнота знаний факторов внутренней и внешней среды организации; - полнота знаний основных типов структур управления; - правильность формулирования основных принципов построения организационных структур;	Теоретическое занятие № 6, 7	Текущий контроль Диф зачет Экзамен
З 4 цикл менеджмента	- полнота знаний цикла менеджмента;	Теоретическое занятие № 3, 5	Текущий контроль

			Диф зачет Экзамен
3 5,8 процесс принятия и методику реализации управленческих решений	правильность определения управленческого решения; - полнота знаний типов решений и требований, предъявляемых к ним; - полнота знаний этапов и методики процесса принятия и реализации управленческого решения;	Теоретическое занятие № 15, 16,25	Текущий контроль Диф зачет Экзамен
3 6 функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта	- полнота характеристики основных функций управления (планирование, организация, мотивация, контроль);	Теоретическое занятие № 10, 12, 13	Диф зачет Текущий контроль Экзамен
3 7 систему методов управления	- полнота характеристики методов управления, их достоинств и недостатков, характера воздействия;	Теоретическое занятие № 4	Текущий контроль Диф зачет Экзамен
3 9 стили управления, коммуникации, деловое и управленческое общение	- полнота характеристики стилей руководства в управлении; -полнота знаний видов коммуникаций, элементов и этапов коммуникационного процесса; - полнота знаний ведения деловых бесед, факторов повышения эффективного делового общения;	Теоретическое занятие № 27, 31, 33	Текущий контроль Диф зачет, Экзамен
3 10 сущность и функции маркетинга	полнота характеристик функций маркетинга, целей задач	Теоретическое занятие	Текущий контроль Экзамен
3 11 конъюнктуру недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив		Теоретическое занятие	Текущий контроль Экзамен

Оценка освоения УД предусматривает использование пятибалльной системы оценки.

4.1.2 ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Таблица 2 - Запланированные формы промежуточной аттестации

№ семестра	Формы промежуточной аттестации	Форма проведения
4	Дифференцированный зачет	Письменный дифференцированный зачет по билетам
5	Экзамен	Устный экзамен по билетам

4.1.3 ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОГО ЗАЧЕТА

Процедура дифференцированного зачета устанавливает уровень сформированности следующих умений и усвоения следующих знаний по материалу, изучаемому в семестре.

Количество заданий для студента: два теоретических вопроса

Время выполнения каждого задания и максимальное время на дифференцированном зачете:

Задание № 1- 15 мин.

Задание № 2- 15 мин.

Всего на дифференцированный зачет 30 мин./час.

Условия выполнения заданий

Помещение: учебная аудитория.

Требования охраны труда: инструктаж по технике безопасности.

ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ЭКЗАМЕНА

Процедура экзамена устанавливает уровень сформированности следующих умений и усвоения следующих знаний по материалу, изучаемому в семестре.

на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

Количество заданий для студента: два теоретических вопроса и практическое задание.

Время выполнения каждого задания и максимальное время на экзамен:

Задание № 1- 10 мин./час.

Задание № 2- 10 мин.

Практической задание – 10 мин. /час

Всего на экзамен 30 мин./час.

Условия выполнения заданий

Помещение: учебная аудитория.

Требования охраны труда: инструктаж по технике безопасности.

Оборудование: калькулятор для выполнения расчетов.

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 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

4.1.4 КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ НА ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМ ЗАЧЕТЕ И ЭКЗАМЕНЕ

Таблица 4 – Критерии оценки на дифференцированном зачете, экзамене

Оценка	Показатели оценки
Отлично	Обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя
Хорошо	Обучающийся умеет увязывать теорию с практикой (решает задачи и формулирует выводы, умеет пояснить полученные результаты), владеет понятийным аппаратом, полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя
Удовлетворительно	Обучающийся знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются

	неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	Обобщающийся допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя

4.2. КОМПЛЕКТ «ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ»

4.2.1 Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета 2 курс

Билет № 1

1. Менеджмент как наука, процесс, функции, аппарат управления, искусство
2. Стрессы, пути их преодоления

Билет 2

1. Основные характеристики организации
2. Влияние поставщиков, клиентов, конкурентов, акционеров на деятельность организации

Билет 3

1. Уровни управления в организации
2. Власти, ее сущность и виды

Билет 4

1. Организационно-распорядительные методы менеджмента, их цели, средства осуществления
2. Виды и этапы контроля

Билет5

1. Социально-психологические методы менеджмента, их цели, средства осуществления
2. Назначение и роль контроля в управлении

Билет6

1. Коммуникации в менеджменте, их виды
2. Достоинства и недостатки демократического стиля руководства

Билет 7

1. Цели и средства осуществления экономических методов менеджмента
2. Достоинства и недостатки директивного (авторитарного) стиля руководства

Билет 8

1. Типы организационных структур управления
2. Достоинства и недостатки либерального (попустительского) стиля руководства

Билет 9

1. Классификация управленческих решений
2. Взаимосвязь целей, задач, структуры, технологий, трудовых ресурсов организации

Билет 10

1. Понятие «конфликт», его виды
2. Роль менеджера в управлении организацией

Билет 11

1. Типы темперамента и их роль в управлении персоналом
2. Роль информации в управлении, ее вид

Билет 12

1. Причины и конфликтов в организации
2. Назначение и роль функции «организация» в управлении

Билет 13

1. Организация проведения совещаний
2. Требования, предъявляемые к управленческим решениям

Билет 14

1. Имидж организации
2. Линейные организационные структуры управления, достоинства и недостатки

Билет 15

1. Функциональные организационные структуры управления, достоинства и недостатки
2. Этапы принятия управленческого решения

Билет 16

1. Линейно-функциональные организационные структуры управления, достоинства и недостатки
2. Организация проведения деловых переговоров

Билет 17

1. Влияние факторов внутренней среды на деятельность организации
2. Способы разрешения межличностных конфликтов

Билет 18

1. Организационная структура управления, ее основные элементы
2. Условия и предпосылки возникновения менеджмента

Билет 19

1. Элементы организационной культуры
2. Требования, предъявляемые к управленческим решениям

Билет 20

1. Понятие организационной культуры. Функции организационной культуры
2. Влияние контроля на деятельность организации

Промежуточная аттестация в форме экзамена 3 курс

Экзаменационный билет № 1

1. Понятие «менеджер», «менеджмент», «бизнесмен», «предприниматель». Сходства и различия менеджера и бизнесмена
2. Понятие конкуренции, ее функции
3. В результате маркетингового исследования предполагается увеличение доли рынка фирмы на рынке с 10 – 12% при ёмкости рынка 275 миллионов штук продукта. Рассчитать дополнительную прибыль в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 98 рублей, а ёмкость рынка не изменится.
Затраты на маркетинговые усилия в расчёте на 1 год составляют 162 миллиона рублей

Экзаменационный билет № 2

1. Функции менеджмента их характеристика
2. Виды конкуренции
3. В результате маркетингового исследования предполагается увеличение доли рынка фирмы на рынке с 11 – 14% при ёмкости рынка 175 миллионов штук продукта. Рассчитать дополнительную прибыль в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 98 рублей, а ёмкость рынка не изменится.
Затраты на маркетинговые усилия в расчёте на 1 год составляют 182 миллиона рублей

Экзаменационный билет № 3

1. Понятие о системе методов управления
2. Понятие, принципы маркетинга
3. Торговая фирма закупает товар по цене 195 руб. за единицу товара и продаёт в количестве 1500 штук этого товара еженедельно по цене 235

рублей. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цены на 10%.

Рассчитать сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

Экзаменационный билет № 4

1. Организационно-распорядительные методы управления: понятие, их достоинства и недостатки

2. Классификация товара

3. Известна следующая информация о фирме:

* инвестированный капитал: 240000 тыс ден.ед;

* ожидаемая рентабельность: 10%;

* переменные издержки на 1 шт.: 1050 ден.ед;

* постоянные издержки: 90 тыс.ден.ед;

* прогнозы продаж – 150 тыс.шт.,

На основе представленных исходных данных рассчитать цену целевую.

Экзаменационный билет № 5

1. Экономические понятие методы управления: их достоинства и недостатки

2. Основные понятия маркетинга

3. Известна следующая информация о фирме:

* инвестированный капитал: 240000 тыс ден.ед;

* ожидаемая рентабельность: 10%;

* переменные издержки на 1 шт.: 1050 ден.ед;

* постоянные издержки: 90 тыс.ден.ед;

* прогнозы продаж – 90 тыс.шт.,

На основе представленных исходных данных рассчитать цену безубыточности.

Экзаменационный билет № 6

1. Социально-психологические методы управления: понятие, их достоинства и недостатки

2. Понятие стимулирования сбыта. Средства стимулирования

3. Известна следующая информация о фирме:

* инвестированный капитал: 240000 тыс ден.ед;

* ожидаемая рентабельность: 10%;

* переменные издержки на 1 шт.: 1050 ден.ед;

* постоянные издержки: 90 тыс.ден.ед;

* прогнозы продаж – 90 тыс.шт.,

На основе представленных исходных данных рассчитать цену предельную.

Экзаменационный билет № 7

1. Элементы организации и процесса управления
2. Понятие сегментации рынка, факторы сегментирования
3. Традиционно применяя затратный метод ценообразования владелец небольшого магазина получает 10% прибыли к затратам. Закупочная цена товара А 2 рубля за единицу товара, товара Б 20 рублей за килограмм товара. Объём закупок товара А 2000 штук, товара Б 100 килограмм. Транспортные расходы 2000, стоимость аренды 100 рублей в день, заработная плата продавца 300 рублей в неделю. Товар предполагается продать за неделю. Определить продажную цену товара А.

Экзаменационный билет № 8

1. Внутренняя среда организации: понятие содержание
2. Факторы, влияющие на уровень цен
3. Традиционно применяя затратный метод ценообразования владелец небольшого магазина получает 10% прибыли к затратам. Закупочная цена товара А 2 рубля за единицу товара, товара Б 20 рублей за килограмм товара. Объём закупок товара А 2000 штук, товара Б 100 килограмм. Транспортные расходы 2000, стоимость аренды 100 рублей в день, заработная плата продавца 300 рублей в неделю. Товар предполагается продать за неделю. Определить продажную цену товара Б.

Экзаменационный билет № 9

1. Внешняя среда организации: понятие содержание Факторы, прямого и косвенного воздействия.
2. Методы сбора маркетинговой информации
3. В результате маркетингового исследования предполагается увеличение доли рынка фирмы на рынке с 10 – 12% при ёмкости рынка 250 миллионов штук продукта. Рассчитать дополнительную прибыль в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 100 рублей, а ёмкость рынка не изменится.
Затраты на маркетинговые усилия в расчёте на 1 год составляют 200 миллиона рублей

Экзаменационный билет № 10

1. Понятие организационной и управленческой структуры организации их составляющие
2. Виды рекламы
3. Торговая фирма закупает товар по цене 155 руб. за единицу товара и продаёт в количестве 1700 штук этого товара еженедельно по цене 195 рублей. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цены на 10%.

Рассчитать сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

Экзаменационный билет № 11

1. Типы структур управления: линейная, функциональная, линейно функциональная достоинства и недостатки этих организационных структур управления.

2. Понятие рекламы, ее цели

3. Известна следующая информация о фирме:

* инвестированный капитал: 4680000 тыс ден.ед;

* ожидаемая рентабельность: 5%;

* переменные издержки на 1 шт.: 978 ден.ед;

* постоянные издержки: 1560 тыс.ден.ед;

* прогнозы продаж – 78 тыс.шт.,

На основе представленных исходных данных рассчитать цену целевую.

Экзаменационный билет № 12

1. Понятие централизации и децентрализации. Достоинства и недостатки централизации и децентрализации Делегирование полномочий.

2. Пропаганда, как метод продвижения товара

3. Известна следующая информация о фирме:

* инвестированный капитал: 4680000 тыс ден.ед;

* ожидаемая рентабельность: 5%;

* переменные издержки на 1 шт.: 978 ден.ед;

* постоянные издержки: 1560 тыс.ден.ед;

* прогнозы продаж – 156 тыс.шт.,

На основе представленных исходных данных рассчитать цену безубыточности.

Экзаменационный билет № 13

1. Планирование: понятие, принципы.

2. Жизненный цикл товара: понятие, стадии

3. Известна следующая информация о фирме:

* инвестированный капитал: 4680000 тыс ден.ед;

* ожидаемая рентабельность: 5%;

* переменные издержки на 1 шт.: 978 ден.ед;

* постоянные издержки: 1560 тыс.ден.ед;

* прогнозы продаж – 156 тыс.шт.,

На основе представленных исходных данных рассчитать цену предельную.

Экзаменационный билет № 14

1. Стратегическое планирование: понятие элементы плана
2. Макросреда: понятие, составляющие
3. Торговая фирма закупает товар по цене 195 руб. за единицу товара и продаёт в количестве 1700 штук этого товара еженедельно по цене 255 рублей. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цены на 15%.
Рассчитать сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

Экзаменационный билет № 15

1. Перспективное планирование понятие элементы плана
2. Понятие личной продажи. Задачи личной продажи
3. В результате маркетингового исследования предполагается увеличение доли рынка фирмы на рынке с 10 – 15% при ёмкости рынка 200 миллионов штук продукта. Рассчитать дополнительную прибыль в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 98 рублей, а ёмкость рынка не изменится.
Затраты на маркетинговые усилия в расчёте на 1 год составляют 182 миллиона рублей

Экзаменационный билет № 16

1. Сущность контроля. Виды контроля: предварительный, текущий, заключительный.
2. Этапы разработки нового товара
3. Торговая фирма закупает товар по цене 200 руб. за единицу товара и продаёт в количестве 1500 штук этого товара еженедельно по цене 250рублей. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цены на 5%.
Рассчитать сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

Экзаменационный билет № 17

1. Этапы контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с реальными результатами, коррекция.
2. Понятие товародвижения, виды каналов сбыта
3. Известна следующая информация о фирме:
 - * инвестированный капитал: 240000 тыс ден.ед;
 - * ожидаемая рентабельность: 10%;
 - * переменные издержки на 1шт.: 1050 ден.ед;
 - * постоянные издержки: 90 тыс.ден.ед;
 - * прогнозы продаж – 150 тыс.шт.,На основе представленных исходных данных рассчитать цену целевую.

Экзаменационный билет № 18

1. Понятие решений и требования к ним.
2. Рекламная компания: понятие, эффективность рекламной компании
3. Известна следующая информация о фирме:
 - * инвестированный капитал: 240000 тыс ден.ед;
 - * ожидаемая рентабельность: 10%;
 - * переменные издержки на 1шт.: 1050 ден.ед;
 - * постоянные издержки: 90 тыс.ден.ед;
 - * прогнозы продаж – 150 тыс.шт.,

На основе представленных исходных данных рассчитать цену безубыточности.

Экзаменационный билет № 19

1. Этапы принятия решений
2. Понятие о сбыте. Виды сбыта
3. Известна следующая информация о фирме:
 - * инвестированный капитал: 240000 тыс ден.ед;
 - * ожидаемая рентабельность: 10%;
 - * переменные издержки на 1шт.: 1050 ден.ед;
 - * постоянные издержки: 90 тыс.ден.ед;
 - * прогнозы продаж – 150 тыс.шт.,

На основе представленных исходных данных рассчитать цену предельную.

Экзаменационный билет № 20

1. Понятие о личности и ее свойства.
2. Этапы проведения маркетингового исследования
3. Традиционно применяя затратный метод ценообразования владелец небольшого магазина получает 30% прибыли к затратам. Закупочная цена товара А 2 рубля за единицу товара, товара Б 20 рублей за килограмм товара. Объём закупок товара А 2000 штук, товара Б 100 килограмм. Транспортные расходы 2000, стоимость аренды 100 рублей в день, заработная плата продавца 300 рублей в неделю. Товар предполагается продать за неделю. Определить продажную цену товара А.

Экзаменационный билет № 21

- 1 Индивидуально-типологические особенности личности: типы темперамента, акцентуация характера.
2. Функции рекламы
3. В результате маркетингового исследования предполагается увеличение доли рынка фирмы на рынке с 10 – 12% при ёмкости рынка 150 миллионов

штук продукта. Рассчитать дополнительную прибыль в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 100 рублей, а ёмкость рынка не изменится.

Затраты на маркетинговые усилия в расчёте на 1 год составляют 115 миллиона рублей

Экзаменационный билет № 22

1. Понятие власти ее виды
2. Основные характеристики рекламы
3. Торговая фирма закупает товар по цене 195 руб. за единицу товара и продаёт в количестве 1000 штук этого товара еженедельно по цене 235 рублей. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цены на 10%.
Рассчитать сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

Экзаменационный билет № 23

1. Способы реализации власти
2. Понятие и сущность маркетингового исследования
3. Известна следующая информация о фирме:
 - * инвестированный капитал: 4680000 тыс ден.ед;
 - * ожидаемая рентабельность: 5%;
 - * переменные издержки на 1шт.: 978 ден.ед;
 - * постоянные издержки: 1560 тыс.ден.ед;
 - * прогнозы продаж – 78 тыс.шт.,На основе представленных исходных данных рассчитать цену целевую.

Экзаменационный билет № 24

1. Организационная культура понятие, элементы.
2. Микросреда предприятия ее составляющие
3. Известна следующая информация о фирме:
 - * инвестированный капитал: 4680000 тыс ден.ед;
 - * ожидаемая рентабельность: 5%;
 - * переменные издержки на 1шт.: 978 ден.ед;
 - * постоянные издержки: 1560 тыс.ден.ед;
 - * прогнозы продаж – 78 тыс.шт.,На основе представленных исходных данных рассчитать цену безубыточности.

Экзаменационный билет № 25

1. Функции организационной культуры

2. Этапы ценообразования

3. Известна следующая информация о фирме:

* инвестированный капитал: 4680000 тыс ден.ед;

* ожидаемая рентабельность: 5%;

* переменные издержки на 1 шт.: 978 ден.ед;

* постоянные издержки: 1560 тыс.ден.ед;

* прогнозы продаж – 78 тыс.шт.,

На основе представленных исходных данных рассчитать цену предельную.

Экзаменационный билет № 26

1. Понятие имиджа, его составные компоненты

2. Понятие и виды цен

3. Традиционно применяя затратный метод ценообразования владелец небольшого магазина получает 20% прибыли к затратам. Закупочная цена товара А 2 рубля за единицу товара, товара Б 20 рублей за килограмм товара. Объём закупок товара А 2000 штук, товара Б 100 килограмм. Транспортные расходы 2000, стоимость аренды 100 рублей в день, заработная плата продавца 300 рублей в неделю. Товар предполагается продать за неделю. Определить продажную цену товара Б.

Экзаменационный билет № 27

1. Понятие стиля руководства его основные черты

2. Товар в маркетинговом понимании

3. Традиционно применяя затратный метод ценообразования владелец небольшого магазина получает 20% прибыли к затратам. Закупочная цена товара А 2 рубля за единицу товара, товара Б 20 рублей за килограмм товара. Объём закупок товара А 2000 штук, товара Б 100 килограмм. Транспортные расходы 2000, стоимость аренды 100 рублей в день, заработная плата продавца 300 рублей в неделю. Товар предполагается продать за неделю. Определить продажную цену товара А.

Экзаменационный билет № 28

1. Особенности авторитарного стиля управления. Плюсы и минусы

2. Понятие рынка, структурные элементы рынка. Основные условия функционирования рынка

3. В результате маркетингового исследования предполагается увеличение доли рынка фирмы на рынке с 10 – 12% при ёмкости рынка 175 миллионов штук продукта. Рассчитать дополнительную прибыль в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 98 рублей, а ёмкость рынка не изменится. Затраты на маркетинговые усилия в расчёте на 1 год составляют 182 миллиона рублей

Экзаменационный билет № 29

1. Особенности демократического стиля управления. Плюсы и минусы
2. Понятие целевого сегмента рынка. Стратегии маркетинга
3. В буфете колледжа продаётся 1000 булочек в день по цене 3,500 рубля за штуку. Повышение цены до 3,80 приведёт к увеличению дневного дохода с 3500 до 3800 рублей. Затраты на выпечку одной булочки составляют 1,75 рублей. Нужно ли повышать цену до этих пределов, чтобы получить большую прибыль.

Экзаменационный билет № 30

1. Особенности либерального стиля управления. Плюсы и минусы каждого из них.
2. Формирование спроса и стимулирование сбыта
3. Торговая фирма закупает товар по цене 195 руб. за единицу товара и продаёт в количестве 1700 штук этого товара еженедельно по цене 235 рублей. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цены на 5%. Рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 603332450510203670830559428146817986133868575905

Владелец Кузнецова Татьяна Николаевна

Действителен с 25.02.2022 по 25.02.2023