

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

Техникум Пермского института (филиала)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины **ОП.12 Основы менеджмента и маркетинга**

код, специальность **38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)**

форма обучения **очная**

Пермь 2020

СОГЛАСОВАНА:

Цикловой методической комиссией гуманитарных, социально - экономических, естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин техникума

Разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Протокол № 2

от «14» сентября 2020 года

Председатель цикловой
методической комиссии

 /Чернавина Т.В./

Заместитель директора по учебно-
воспитательной работе

 /Яковлев В.Н./

Составитель (автор):

Кокотова К.А., преподаватель техникума
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В.
Плеханова

Рецензент:

Смирнова Л.В., преподаватель высшей
квалификационной категории, ГБПОУ
«Пермский агропромышленный техникум

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.12 «Основы менеджмента и маркетинга» является частью ППССЗ (программы подготовки специалистов среднего звена) в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) на базе основного общего образования.

1.2. Место дисциплины в структуре ППССЗ

Учебная дисциплина ОП.12 «Основы менеджмента и маркетинга» является обязательной дисциплиной основной профессиональной образовательной программы, входит в блок общепрофессиональных дисциплин и преподаётся в 4 семестре на 2 курсе.

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

Цель изучения учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» - дать будущему специалисту необходимые теоретические знания, умения и навыки в области менеджмента, которые позволят им работать в среде управленческой деятельности и соответствовать современным требованиям.

Задачи изучения учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»:

- изучить теорию и методику в среде управленческой деятельности и получить навыки решения управленческих задач;
- ознакомить с методами управления различных форм собственности, а также методами маркетинговых исследований.

В результате освоения учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» обучающийся должен:

уметь:

- оперировать основными понятиями и категориями менеджмента;
- планировать и организовывать работу подразделения;
- проектировать организационные структуры управления;
- применять в профессиональной деятельности приемы и методы эффективного делового общения;
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в профессиональной деятельности;
- анализировать рынок, осуществлять его сегментацию и позиционирование;
- определять стратегию и тактику относительно ценообразования.

знать:

- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- факторы внешней и внутренней среды организации;
- основные виды организационных структур, принципы и правила их проектирования;
- процесс принятия и реализации управленческих решений;
- функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
- систему методов управления;

- виды управленческих решений и методы их принятия;
- стили управления;
- сущность и основные виды коммуникаций;
- сущность и функции маркетинга;
- конъюнктуру рынка, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

Обучающийся должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 2. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 4. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 9. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

Бухгалтер должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 4.4. Проводить контроль и анализ информации об активах и финансового положения организации, ее платежеспособности и доходности

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося	42	Часа
включая:		
обязательная аудиторная учебная нагрузка	42	часа
ВСЕГО	42	часа

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	42
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	42
в том числе:	
лекции	22
практические занятия	20
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	-
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Раздел 1. Основы менеджмента		22	
	Лекции	12	
	Лекция 1. Понятие, сущность и содержание менеджмента.	2	1
Тема 1.1. Функции и методы менеджмента	Лекция 2. Функции менеджмента.	2	1
	Лекция 3. Система методов управления.	2	1
Тема 1.2. Структура управления организации	Лекция 4. Принятие управленческих решений.	2	1
	Лекция 5. Внешняя и внутренняя среда организации.	2	1
	Лекция 6. Организационные структуры управления предприятиями.	2	1
	Практические работы	10	
	Практическая работа 1. История развития менеджмента. Научные подходы и принципы менеджмента.	2	2
	Практическая работа 2. Основные функции менеджмента.	2	2
	Практическая работа 3. Факторы внутренней и внешней среды.	2	2
	Практическая работа 4. Управленческое решение.	2	2
	Практическая работа 5. Организация и типы её структур.	2	2
Раздел 2. Основы маркетинга		20	
	Лекции	10	
	Лекция 7. Понятие, сущность и содержание маркетинга.	2	1
Тема 2.1. Маркетинговые исследования и сегментация рынка	Лекция 8. Комплекс маркетинга. Концепции маркетинга. Классификация маркетинга	2	1
	Лекция 9. Сегментация рынка.	2	1

	Лекция 10. Маркетинговое исследование рынка. Составление анкеты и проведение опроса.	2	1
	Лекция 11. Анализ в маркетинге. Проведение SWOT-анализа	2	1
	Практические работы	10	
	Практическая работа 6. Содержание маркетинговой деятельности.	2	2
	Практическая работа 7. Маркетинг – микс.	2	2
	Практическая работа 8. Сегментирование и позиционирование.	2	2
	Практическая работа 9. Ценовая и коммуникационная политика.	2	2
	Практическая работа 10. Рекламная деятельность в маркетинге.	2	2
	ВСЕГО	42	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

№ п/п	Оборудование	Технические средства обучения	Количество рабочих мест
1	Посадочные места по количеству учащихся	Персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением	
2	Рабочее место преподавателя	мультимедиапроектор	
3	Учебная доска	Экран	
4		Колонки	

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

№ п/п	Наименование учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы
I	Основные источники
1	Менеджмент : учебник / Г.Б. Казначевская. — Москва : КноРус, 2018. — 240 с. — Для СПО. — ISBN 978-5-406-02344-0. (рек. ФУМО). ЭБС «BOOK»
2	Менеджмент. Практикум : учебное пособие для СПО / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под ред. Ю. В. Кузнецова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 246 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02464-7. ЭБС «Юрайт»
3	Основы экономики, менеджмента и маркетинга. : учебное пособие / Грибов В.Д. Москва : КноРус, 2020. — 224 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07411-4. — Электронный ресурс.- Режим доступа : https://book.ru/book/932623
II	Дополнительные источники
4	Основы менеджмента : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. В. Шарапова. Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01621-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — Режим доступа: https://biblio-online.ru/bcode/438349
5	Репина Е.А., Чернышев М.А., Анопченко Т.Ю. Основы менеджмента: Учебное пособие - М.: НИЦ ИНФРА-М: Академцентр,. 2013- 240 с.: 60х90 1/16. - (Среднее профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-16-004659-4, 500 экз. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.znaniy.com
6	Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник - 5-е изд., стер. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2013.
III	Перечень электронных образовательных ресурсов
7	http://sei.e-stile.ru/home - Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»
8	http://www.mon.gov.ru/ - официальный сайт Министерства образования и науки Российской Федерации
9	http://window.edu.ru/ - Электронная библиотека учебников и методических материалов

10	http://www.consultant.ru/ - компьютерная справочная правовая система в России.
11	http://www.studentlibrary.ru/ - студенческая электронная библиотека.
IV	Перечень профессиональных баз данных
12	http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6 - Единое окно доступа к образовательным ресурсам, раздел: «Образование в области экономики и управления».
13	http://eup.ru/Catalog/All-All.asp - Библиотека экономической и управленческой литературы.
14	http://www.aup.ru/library/ - Электронная библиотека экономической и деловой литературы.
15	http://ecsocman.hse.ru - Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент»
16	http://www.e-managment.newmail.ru/ - полнотекстовые публикации по вопросам экономики, менеджмента и маркетинга на предприятии;

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по учебной дисциплине, обеспечивает организацию и проведение промежуточной аттестации и текущего контроля индивидуальных образовательных достижений – демонстрируемых обучающимися знаний, умений и навыков.

Формы и методы промежуточной аттестации и текущего контроля по учебной дисциплине самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Формы и методы промежуточной аттестации и текущего контроля по учебной дисциплине самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Итоговой формой контроля является дифференцированный зачет.

Фонды оценочных средств (ФОС) разрабатываются образовательным учреждением. Они включают в себя педагогические контрольно-оценочные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателем результатов подготовки (таблицы).

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения	Коды формируемых профессиональных и общих компетенций
Умения:		
Оперировать основными понятиями и категориями менеджмента	Практические занятия, решение ситуационных и управленческих задач.	. ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Планировать и организовывать работу подразделения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью	ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Проектировать	обучающегося в процессе	ОК 1 – 5.

организационные структуры управления	освоения образовательной программы.	ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Применять в профессиональной деятельности приемы и методы эффективного делового общения	Текущий контроль: - устный индивидуальный и групповой опрос; - тестовые задания по соответствующим темам. – контрольные работы. Рубежный контроль: - контрольные работы	ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Принимать эффективные решения, используя систему методов управления		ОК 1 – 5. ОК 9-11. ПК 1.1. – 1.2
Учитывать особенности менеджмента и маркетинга в профессиональной деятельности		ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Анализировать рынок, осуществлять его сегментацию и позиционирование		ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Определять стратегию и тактику относительно ценообразования		ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Знания:		
Сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития.	Тестирование, внеаудиторная самостоятельная работа, рефераты и доклады. Оценка выполнения заданий практических работ. Дискуссия. Решение ситуационных задач. Текущий контроль: - устный опрос; - письменный опрос; - тестирование. Рубежный контроль: - контрольные работы Итоговый контроль: дифференцированный зачет, 4 семестр.	ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Факторы внешней и внутренней среды организации.		ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Основные виды организационных структур, принципы и правила их проектирования.		ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Процесс принятия и реализации управленческих решений		ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта		ОК 1 – 5. ОК 9-11. ПК 1.1. – 1.2
Систему методов управления		ОК 1 – 5. ОК 9 - 11.

		ПК 1.1. – 1.2
Виды управленческих решений и методы их принятия		ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Стили управления		ОК 1 – 5. ОК 9-11. ПК 1.1. – 1.2
Сущность и основные виды коммуникаций		ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Сущность и функции маркетинга		ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2
Конъюнктура рынка, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив		ОК 1 – 5. ОК 9 - 11. ПК 1.1. – 1.2

Разработчик:

Кокотова К.А., преподаватель техникума Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова