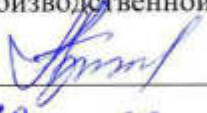


	Комитет по образованию
	Санкт-Петербургское государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Колледж туризма и гостиничного сервиса» (Колледж туризма Санкт-Петербурга)

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по учебно-производственной работе

 Л.А. Криворучко

«28» 10 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

05.02.01. «Картография»

РП УД ОП СМК 7.2.1 – 12- 22

	Должность	Фамилия/подпись	Дата
<i>Разработал</i>	Преподаватель	Трубенева Т.Г. 	29.09.2022
<i>Проверил</i>	Председатель ПЦК	Образцова Н.В. 	05.10.2022
<i>Согласовал</i>	Зав. Отделением «Коммерция и строительство	Токарь И.А. 	24.10.2022

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО)

05.02.01 «Картография»

Код, наименование специальности/профессии

входящей в состав укрупненной группы специальностей 05.00.00 Науки о земле

Организация-разработчик: Санкт-Петербургское государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Колледж туризма и гостиничного сервиса»

Разработчик:

Преподаватель, Трубенева Т.Г.

Рассмотрено и одобрено на заседании предметно-цикловой комиссии отделения «Коммерция и строительство»

Протокол № 2 «05» 10 2018 г.

Рекомендована Педагогическим советом отделения «Коммерция и строительство»

Протокол № 1/08 «04» 10 2018 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП 12 Основы менеджмента и маркетинга»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «ОП.12 Основы менеджмента и маркетинга» является обязательной частью «Общепрофессионального цикла» основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности .

Учебная дисциплина «ОП.12 Основы менеджмента и маркетинга» обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности. Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 08 и профессиональных компетенций ПК 1.3, ПК 3.1.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 06 ОК 07 ОК 08 ПК 1.3 ПК 3.1	- ориентироваться в выборе стратегии развития организаций отрасли; планировать деятельность с учетом этого развития;	- основы организации работы коллектива исполнителей картографического производства и принципы делового общения в коллективе;
Код ЛР	Личностные результаты реализации программы воспитания	
ЛР 13	Способный при взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей, стремящийся к формированию личностного роста как профессионала в сфере земельно-имущественных отношений и строительства.	
ЛР 14	Способный ставить перед собой цели для решения возникающих профессиональных задач, подбирать способы решения и средства развития, в том числе с использованием информационных технологий;	
ЛР 15	Содействующий формированию положительного образа и поддержанию престижа своей профессии.	
ЛР 16	Способный выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов и решений;	
ЛР 17	Позиционирующий себя в профессиональной сфере как результативный и привлекательный участник трудовых отношений.	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП 12 Основы менеджмента и маркетинга»

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	52
в т. ч.:	
теоретическое обучение	30
практические занятия <i>(если предусмотрено)</i>	22
<i>Самостоятельная работа</i>	-
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся		Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2		3	4
			52	
Раздел 1. Основы менеджмента				
Тема 1.1. История развития современного менеджмента	Содержание учебного материала		4	ПК 1.3 ПК 3.1 ОК 1 - 8 ЛР 13-17
	1.	Введение. Понятие и сущность менеджмента, подходы к толкованию. Исторические школы менеджмента.	2	
	2.	История развития отечественного управления. Принципы управления социалистическим производством. Особенности современного российского менеджмента.		
	3.	Зарубежные модели менеджмента. Характеристика Японской модели. Характеристика Американской модели. Условия эффективного менеджмента в европейской модели.		
	Практическое занятие №1		2	
	Заполнение таблицы: «Достоинства и недостатки в моделях менеджмента».			
Тема 1.2. Методологические основы менеджмента	Содержание учебного материала		4	ПК 1.3 ПК 3.1 ОК 1 - 8 ЛР 13-17
	1.	Сущность, виды и система управления в менеджменте. Инновационный менеджмент. Видовая классификация управления.	2	
	2.	Структура системы менеджмента организации. Научные подходы и принципы менеджмента. Методы менеджмента. Административный метод управления. Значение экономических методов управления в современных российских условиях. Социально–психологические методы управления.		

	3.	Менеджмент в предпринимательской деятельности.		
	Практическое занятие №2		2	
	Составление сравнительной таблицы: «Отличие менеджера от предпринимателя».			
Тема 1.3. Технология менеджмента	Содержание учебного материала		8	ПК 1.3 ПК 3.1 ОК 1 - 8 ЛР 13-17
	1.	Процесс и общие функции управления в менеджменте. Характеристика функций: организации; мотивации; планирования; контроля, координации. Содержательные и процессуальные теории мотивации.	4	
	2.	Коммуникация в системе управления. Классификация причин неэффективности коммуникаций. Схема коммуникационного процесса. Управленческое решение: понятие, классификация, стадии и этапы принятия и реализации.		
	Практическое занятие №3		4	
	Составление управленческих решений (по заданным условиям) и выявление оптимального варианта решения, применив метод Дельфы.			
Тема 1.4. Организация и управление	Содержание учебного материала		6	ПК 1.3 ПК 3.1 ОК 1 - 8 ЛР 13-17
	1.	Понятие и факторы внутренней и внешней среды организации. Характеристика сред, влияющих на организацию. Жизненный цикл организации. Структуризация деятельности организаций. Структуры управления.	4	
	2	Управленческое решение, подходы к классификации Понятие, сущность контроля. Этапы, технология и правила контроля. Виды контроля и итоговая документация		
	Практическое занятие № 4		2	
	Составление таблицы по достоинствам и недостаткам в бюрократической и адаптивной структурах управления и их подвидам.			
Тема 1.5. Деловое общение	Содержание учебного материала		8	
	1.	Стиль и имидж менеджера. Различия между менеджером и лидером. Профессионализм и организаторские способности. Деловая этика и этикет менеджера. Этика современного бизнеса. Модель современного менеджера. Этапы и фазы	4	ПК 1.3 ПК 3.1 ОК 1 - 8 ЛР 13-17

		делового общения		
	2.	Характеристика основных стилей руководства. Влияние и власть менеджера, их формы.		
	Практическое занятие № 5		4	
	Составление текста делового сообщения и плана проведения совещания.			
Тема 1.6.Управление конфликтами и стрессами	Содержание учебного материала		6	ПК 1.3 ПК 3.1 ОК 1 - 8 ЛР 13-17
	1.	Понятие «конфликт», его виды, причины возникновения и способы разрешения. Причины стресса в работе менеджеров. Управление стрессами.	2	
	Практическое занятие № 6		4	
	Проведение анализа в конфликтной ситуации (решение психологических задач по заданным условиям). Тренинг по способам разрешения конфликтов.			
Раздел 2 Основы маркетинга				
Тема 2.1. Сущность и функции маркетинга	Содержание учебного материала		2	ПК 1.3 ПК 3.1 ОК 1 - 8 ЛР 13-17
	1.	Понятие маркетинга, его роль в деятельности организации. Цели и задачи маркетинга. Функции маркетинга	2	
Тема 2.2. Маркетинговые исследования рынка	Содержание учебного материала		8	ПК 1.3 ПК 3.1 ОК 1 - 8 ЛР 13-17
	1.	Маркетинговая информация. Концепции маркетинга в рыночной экономике.	2	
	2.	Конъюнктура рынка. Моделирование показателей конкурентоспособности.	2	
	3.	Критерии оценки и конкурентные преимущества. Окружающая среда маркетинга. Сегментация и позиционирование.	2	
	Практическое занятие № 7		2	
	Определение потребностей и товаров их удовлетворяющих (решение задач по заданным условиям).			
Тема 2.3. Стратегическое маркетинговое планирование и контроль.	Содержание учебного материала		6	ПК 1.3 ПК 3.1 ОК 1 - 8 ЛР 13-17
	1.	Стратегическое планирование. Планирование маркетинга. Развитие хозяйственного портфеля.	2	

	2.	Ценовая политика в условиях рынка. Виды цен. Влияние цены на спрос и предложение. Общие подходы к ценообразованию. Стратегия и тактика ценообразования.	2	
	Практическое занятие № 8		2	
	Анализ ценообразования на товары, ценовой политики. Методы формирования спроса и стимулирования спроса			
	ИТОГО:		52	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины возможна в учебном кабинете «Основы менеджмента и маркетинга»

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий, в том числе на электронных носителях

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

Основные источники:

1. Мазилкина, Е. И. Менеджмент : учебное пособие / Е. И. Мазилкина. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 197 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-012447-6.
2. Райченко, А. В. Менеджмент : учебное пособие / А.В. Райченко, И.В. Хохлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 342 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-012233-5.
3. Цветков, А. Н. Основы менеджмента : учебник для СПО / А. Н. Цветков. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 192 с. — ISBN 978-5-507-44801-2.

Дополнительные источники:

1. Балашов, А. П. Менеджмент : учебное пособие / А.П. Балашов. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 272 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0627-3.

Нормативные документы:

1. Гражданский кодекс ФЗ – 181 от 21.10.1994 (с изменениями и дополнениями)
2. Трудовой кодекс ФЗ – 197 от 30.12.2001 (с изменениями и дополнениями)

Интернет-ресурсы

Менеджмент: Электронный учебник [http:// www.aup.ru/books/m152/](http://www.aup.ru/books/m152/)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП 12. Основы менеджмента и маркетинга»

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
Знания		
- основы организации работы коллектива исполнителей картографического производства и принципы делового общения в коллективе	– демонстрирует знания основ организации работы коллектива исполнителей картографического производства и принципы делового общения в коллективе;	Оценка результатов выполнения практической работы Устный и письменный опрос Тестирование
Умения		
- ориентироваться в выборе стратегии развития организаций отрасли; - планировать деятельность с учетом этого развития;	- ориентироваться в выборе стратегии развития организаций отрасли; - планировать деятельность с учетом этого развития;	оценка результатов выполнения практической работы