

**ПРИМЕРНАЯ АДАПТИРОВАННАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП 04. ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

для специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

2018 г.

Примерная адаптированная программа учебной дисциплины ОП.04 ««Основы менеджмента и маркетинга»» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по программе профессиональной подготовки специалистов среднего звена специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 486 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения"

Программа составлена с учетом методических рекомендаций по разработке и реализации адаптированных образовательных программ, утвержденных директором Департамента государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и ДПО Министерства образования и науки РФ 20.04.2015 г.

Примерная программа является адаптированной образовательной программой для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ АДАПТИРОВАННОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>6</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИМЕРНОЙ АДАПТИРОВАННОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>14</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>16</b>

# **1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ АДАПТИРОВАННОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04 «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»**

## **1.1. Область применения программы**

Примерная адаптированная программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» (базовая подготовка) является частью адаптированной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, входящей в состав укрупненной группы специальностей 21.00.00 «Прикладная геология, горное дело, нефтегазовое дело и геодезия»

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании в программах повышения квалификации и переподготовки по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре адаптированной образовательной программы:** дисциплина входит в профессиональный цикл общепрофессиональных дисциплин.

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

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- У1 - планировать и организовывать работу подразделения;
- У2- формировать организационные структуры управления;
- У3- разрабатывать мотивационную политику организации;
- У4- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- У5- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- У6- учитывать особенности менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях;
- У7- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;
- У8- определять стратегию и тактику относительно ценообразования;
- УД9- разрабатывать варианты продвижения рекламируемого продукта;
- УД10- определять направления работы с целевым сегментом рынка.

**знать:**

- З1- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- З2- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);
- З3- внешнюю и внутреннюю среду организации;
- З4- цикл менеджмента;

- 35- процесс принятия и реализации управленческих решений;
- 36- функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
- 37- систему методов управления;
- 38- методику принятия решений;
- 39- стили управления, коммуникации, деловое общение;
- 310- сущность и функции маркетинга;
- 311-конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив
- ЗД12- комплекс маркетинга – четыре «Р»;
- ЗД13- сегментацию и позиционирование на рынке недвижимости;
- ЗД 14- маркетинговые стратегии.

**освоить профессиональные и общие компетенции:**

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Анализировать социально-экономические и политические проблемы и процессы, использовать методы гуманитарно-социологических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности.

ОК 3. Организовывать свою собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 5. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 8. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

**ПК 1.3.** Готовить предложения по определению экономической эффективности использования имеющегося недвижимого имущества.

**ПК 1.4.** Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории.

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося **96** часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **64** часа;

самостоятельной работы обучающегося **32** часа.

## 2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b><i>Количество часов</i></b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>96</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>64</b>
в том числе:	
практические занятия	24
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>32</b>
<b><i>Итоговая аттестация в форме экзамен</i></b>	

## 2.2. Примерный тематический план и содержание учебной дисциплины «»

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>
<b>Введение</b>	Содержание дисциплины и ее задачи. Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития. Сущность и характерные черты современного маркетинга, история его развития. Виды маркетинговых концепций и их цели. Современные тенденции развития менеджмента и маркетинга в России	<b>2</b>	1
	<b>Часть 1. Основы менеджмента</b>		
<b>Раздел 1. Общая характеристика менеджмента</b>	<b>Всего по разделу 1:</b>	<b>10 (с/р - 6)</b>	
Тема 1.1. Понятие организации, ее основные цели и характеристики. Основные школы и системы управления	Понятие организации как группы людей и как управление процессом. Основные положения менеджмента. Общие характеристики организаций: переработка ресурсов в готовую продукцию, взаимодействие с внешней средой (элементы внешней среды), разделение труда (элементы внутренней среды), необходимость управления. Ситуационные переменные. Необходимость комплексного подхода к управлению организацией. Факторы успешности организации. Основные школы и системы управления	2	2
	<b>Практическая работа №1</b>	2	2
	Сравнительная характеристика японской и американской моделей менеджмента		
Тема 1.3 Организация работы предприятия	Внешняя и внутренняя структура организации. Понятие «Организационная структура предприятия». Типы организационных структур, их достоинства и недостатки. Преимущества современных структур управления. Взаимосвязь организационной и управленческой структур. Делегирование полномочий. Уровни управления. Проектирование организационных структур и оценка их эффективности	4	
	<b>Практическая работа № 2</b>	2	2
	Структура управления		

	<p><b>Самостоятельная работа:</b> выполнение домашних заданий по разделу 1, проработка конспектов, учебника, оформление практических работ</p> <p><b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b></p> <p>Подготовить доклады:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. У. Тейлор и его вклад в развитие менеджмента американских фирм</li> <li>2. Концепция производственной демократии Дж. Коула и А. Горца</li> <li>3. Хотторнские эксперименты Э. Мэйо</li> <li>4. Школа научного менеджмента: основные идеи и противоречия</li> </ol>	6 4 2	
<b>Раздел 2. Основные функции менеджмента</b>	<b>Всего по разделу 2:</b>	<b>13 (с/р - 7)</b>	
Тема 2.1 Планирование в системе менеджмента	Цикл менеджмента. Основные функции менеджмента. Понятия «стратегия», «планирование». Стратегическое планирование. Стратегические альтернативы. SWOT–анализ (оценка сильных и слабых сторон организации). Тактическое и текущее планирование. Виды целей. Требования, предъявляемые к целям. Направления в постановке управленческих задач. «Дерево целей»	2	1
	<b>Практическая работа №3</b>	2	2
	Проведение SWOT –анализа. Формирование целей организации		
	<b>Практическая работа №4</b>	2	2
	Формирование «Дерева целей»		
Тема 2.2. Мотивация как функция управления	Понятие «мотивация». Первоначальные концепции мотивации. Современные теории мотивации: содержательные и процессуальные. Индивидуальная и групповая мотивация. Применение мотивационных теорий в современной практике управления.	2	1
	Виды методов управления: организационно-административные, экономические, социально-психологические. Управление и типы характеров. Методы совершенствования системы управления.	2	
	<b>Практическая работа №5</b>	2	2
	Мотивация персонала		



Тема 2.3. Контроль и его виды	Понятие «контроль». Этапы процесса контроля: установление стандартов, измерение результатов, сравнение результатов со стандартами, выбор необходимых корректирующих действий. Направления контроля. Виды контроля: предварительный контроль, текущий (оперативный) контроль, заключительный контроль. Проблемы, возникающие вследствие воздействия системы контроля. Поведенческие аспекты контроля. Эффективные системы контроля.	1	1
	<p><b>Самостоятельная работа:</b> выполнение домашних заданий по разделу 2, проработка конспектов, работа с учебником и дополнительной литературой, оформление практических работ.</p> <p><b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b></p> <p>К т.2.1 Исследовательская работа «Сбор и анализ информации для составления плана»</p> <p>К т.2.2 Составление штатного расписания и разработка должностных инструкций Доклады на тему: Применение мотивационных теорий в современной практике управления</p> <p>К т.2.4 Доклады по темам:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проблемы, возникающие вследствие воздействия системы контроля.</li> <li>2. Поведенческие аспекты контроля.</li> <li>3. Эффективные системы контроля</li> <li>4. Международная система качества ISO</li> </ol>	<p>7 2</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>2</p>	
<b>Раздел 3. Связующие процессы</b>	<b>Всего по разделу 3:</b>	<b>4 (с/р - 2)</b>	
Тема 3.1. Коммуникации	Понятие «связующие процессы в системе управления организации». Понятие «коммуникации в системе управления». Коммуникационный процесс. Элементы коммуникационного процесса: отправитель, сообщение, канал, получатель. Этапы коммуникационного процесса: зарождение идеи, кодирование и выбор канала, передача, декодирование. Обратная связь. Коммуникации между уровнями и подразделениями. Коммуникации между организацией и ее внешним окружением. Межличностные коммуникации. Преграды на пути коммуникаций. Эффективные системы коммуникаций. Неформальные коммуникации.	1	1
	<b>Практическая работа №6</b>	2	2
	Построение системы коммуникаций в конкретной организации		

Тема 3.2. Управленческие решения	Понятие «управленческое решение». Организационные решения: запрограммированные и незапрограммированные. Подходы к принятию решений: интуитивный, основанный на суждениях, рациональный. Этапы рационального решения проблемы: диагностика, сбор информации по проблеме, отбор данных, определение альтернатив, оценка альтернатив, выбор альтернатив, реализация решения, обратная связь. Условия принятия управленческого решения. Методы коллективного решения проблем: метод Дельфи, метод мозговой атаки и т.п.	1	1
	<b>Самостоятельная работа:</b> выполнение домашних заданий по разделу 3, проработка конспектов, работа с учебником и дополнительной литературой, оформление практических работ.	2	
<b>Раздел 4. Руководство и лидерство</b>	<b>Всего по разделу 4:</b>	<b>7 (с/р - 4)</b>	
Тема 4.1. Стили и эффективность руководства	Психологические аспекты малых групп и коллективов: классификация и стадии развития групп, формальные и неформальные группы. Социально-психологический климат в коллективе. Власть и лидерство. Виды власти. Лидерство, подходы к пониманию сути лидерства. Стили руководства и их эффективность. Делегирование. Должностные обязанности.	1	1
	<b>Практическая работа №7</b>	2	
	Принятие управленческих решений		
Тема 4.2. Деловое общение	Виды делового общения. Условия эффективного общения. Законы управленческого общения. Психологические приемы достижения расположенности подчиненных (аттракция). Правила ведения бесед, совещаний. Планирование проведения данных мероприятий. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров. Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения. Природа конфликта; виды и причины конфликтов. Способы локализации конфликта.	2	
	<b>Практическая работа № 8</b>	2	3
	Деловое общение. Решение ситуационных задач		

	<p><b>Самостоятельная работа:</b> проработка конспектов, работа с учебником и дополнительной литературой оформление практических работ.</p> <p><b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b></p> <p>К т.4.2 Подготовка докладов по теме:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Средства делового общения и их характеристика.</li> <li>2. Речь – основное средство делового общения.</li> <li>3. Звуковое оформление речи в деловой коммуникации.</li> <li>4. Роль невербальных каналов в деловых контактах.</li> <li>5. Мимика и жесты в деловом общении.</li> <li>6. Трудности и барьеры делового общения.</li> <li>7. Взаимодействие в процессе делового общения.</li> <li>8. Влияние и противостояние ему в деловых контактах.</li> <li>9. Манипулирование в деловом общении.</li> </ol>	4 2 2	
	<b>Часть 2. Основы маркетинга</b>		
<b>Раздел 5. Основы маркетинговой деятельности</b>	<b>Всего по разделу 5:</b>	<b>6 (с/р - 3)</b>	
Тема 5.1. Основной объект, принципы, методы и функции маркетинга	<p>Рынок как основной объект маркетинга; виды рынков. Задачи, принципы и методы маркетинга (стимулирующий, развивающий, конверсионный и т.д.). Функции маркетинга. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление.</p> <p>Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, мета-, микс-, социальный маркетинг; по приоритетности задач и т.д.</p> <p>Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный. Отличительные особенности. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга.</p> <p>Особенности некоммерческого маркетинга, муниципальный маркетинг.</p>	2	1
Тема 5.2 Система маркетинговой информации. Маркетинговое исследование. Сегментация рынка	<p>Составляющие системы маркетинговой информации. Система анализа маркетинговой информации. Процесс маркетингового исследования. Методы сбора информации. Комплексное исследование в маркетинге. Целевой маркетинг. Факторы, формирующие конъюнктуру рынков и показатели их действия. Понятие и роль сегментов рынка. Понятие целевого маркетинга. Способы и стратегии охвата рынка. Пути позиционирования товара на рынке</p>	2	1
	<b>Практическая работа № 9</b>	2	2

	Методы сбора маркетинговой информации		
	<b>Самостоятельная работа:</b> выполнение домашних заданий по разделу 5, оформление практической работы <b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> Разработка товарного знака, слогана и рекламной картинки	<b>3</b> <b>1</b> <b>2</b>	
<b>Раздел 6. Основные стратегии маркетинга</b>	<b>Всего по разделу 6:</b>	<b>22 (с/р - 10)</b>	
Тема 6.1. Окружающая и конкурентная среда маркетинга	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. Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства. Комплекс маркетинга 4Р. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара).	2	1
	<b>Практическая работа № 10</b>	2	2
	Маркетинговые стратегии		
Тема 6.2. Основы товарной политики	Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Понятие нового товара в маркетинговой системе. Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл продукции.	2	1
	<b>Практическая работа № 11</b>	2	2
	Определение жизненного цикла товара и задач маркетинга		
Тема 6.3 Ценовая политика фирмы	Понятие и сущность цены. Типы рынков в зависимости от ценообразования. Цели ценообразования. Зависимость цены от спроса. Методы ценообразования. Факторы, влияющие на установление цены продукта. Управление ценами: скидки и демпинг	1	1
Тема 6.4. Сбытовая функция маркетинга	Понятие товародвижения. Природа и цели товародвижения. Организация товародвижения. Значение посредников и каналов распределения и сбыта. Функции каналов товародвижения. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.	1	2
	<b>Практическая работа № 12</b>	2	2
	Методы и формы распространения товаров		

Тема 6.5 Продвижение товара на рынок	Коммуникационная политика организации. Пиар: технологии и способы продвижения. Реклама. Виды рекламы. Рекламный бюджет. Правила рекламы. Законодательство о рекламе. Личные продажи. Специализированные выставки и ярмарки. Пиар в маркетинге	4	3
	<b>Деловая игра</b>	2	
	Разработка рекламной кампании фирмы		
	<b>Деловая игра</b>	2	
	Формирование бренда города (на выбор)		
Тема 6.6 Конъюнктура рынка недвижимости	Конъюнктура рынка недвижимости. Динамика спроса и предложения на рынке недвижимости с учетом долгосрочных и краткосрочных перспектив. Управление маркетингом. Комплекс маркетинга «7Р». Составляющие комплекса маркетинга: People — производители, поставщики, продавцы и покупатели товара (маркетинг отношений); Process — процессы оказания услуг; Physical evidence — физические характеристики. Совершенствование современных маркетинговых стратегий	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> выполнение домашних заданий по разделу 6. проработка конспектов, работа с учебником и дополнительной литературой оформление практических работ	<b>10</b> 4	
	<b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> Концепция маркетинга «4С» в сфере услуг, презентация на тему «Бренд города...»	6	
	<b>Всего</b>	<b>96</b>	

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 ПРИМЕРНОЙ АДАПТИРОВАННОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебных кабинетов «Менеджмента» и «Маркетинга»

##### **Оборудование учебного кабинета:**

- посадочные места по количеству обучающихся
- рабочее место преподавателя
- комплект учебно-наглядных пособий
- мел, доска

##### **Технические средства обучения:**

- компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор
- точка доступа в Интернет

##### **Для обучающихся с нарушениями слуха должны быть организованы:**

- безбарьерная среда,
- технические средства обучения для обучающихся с различными видами ограничения здоровья.
- в кабинете предусмотрены регулируемые компьютерные кресла индивидуальные столы обеспечивающие реализацию эргономических принципов.

#### **3.2 Информационное обеспечение обучения**

##### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала, выполнения промежуточных и итоговых форм контроля знаний. Они должны быть обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами (программы, учебники, учебные пособия, материалы для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

##### *Основные источники*

1. А. Д. Косьмин, Н. В. Свинтицкий, Е. А. Косьмина. Менеджмент.- М.:Академия,2011.
2. [Е. Л. Драчева, Л. И. Юликов](#). Менеджмент.-М.: [Академия](#), 2013
3. Алексунин В.И. Маркетинг. М., «Дашков и К», 2013
4. Басовский Л.Е. Маркетинг. М., «Инфа-М» 2013
5. Виханский О.С. Менеджмент. М., Экономист , 2013

6. Грибов В.Д. Менеджмент. М., Кнорус, 2013
7. Казначевская Е.В. Менеджмент. М., Феникс, 2012
8. Кнышева Е.Н. Менеджмент. М., Форум, 2013
9. Коротков Э. М. Менеджмент. - М., Юрайт, 2014.
10. Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов. Менеджмент. Практикум. - М.: Академия, 2013.
11. А.Ф. Барышев. Маркетинг. - М.: Академия, 2013.
12. Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. Маркетинг. - М.: Академия, 2013.
13. Кошкин Л.И., Соловьев М.М., Кимельман С.А. Земельно-имущественные отношения и недропользование. Основы управления. ВШПП, 2013
14. Прошкина Т.П. Менеджмент. Учебное пособие для СПО, М., Феникс, 2014
15. Попова А.А. Менеджмент. Практикум для СПО. М., Феникс, 2012
16. Райченко А.В. Менеджмент. Учебное пособие. М., Форум, 2013

*Дополнительные источники:*

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. М., «Прогресс», 2001
2. Панова Т.И. Маркетинг. Теория, ситуации, тесты. Учебно – методическое пособие. М., «Книга - сервис», 2003
3. ФЗ РФ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38 – ФЗ
4. ФЗ «Закон о защите прав потребителей» (в редакции федеральных законов от 09.01.1996 г. № 2-ФЗ)
5. : [www.zemlemer.info](http://www.zemlemer.info)
6. Периодические издания:  
- Кадастровый вестник

### **3.3. Кадровое обеспечение**

**Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение** - высшее профессиональное образование, соответствующее профилю учебной дисциплины.

Все педагогические работники должны пройти обучение для работы со студентами с нарушением слуха. При необходимости работа совместно с педагогом-психологом и сурдо-переводчиком.

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Для обучающихся глухих и слабослышащих, а так же с нарушениями речи при проведения промежуточной аттестации необходимо:

- наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- так же, по их желанию, промежуточная аттестация может проводится в письменной форме;

При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении промежуточной аттестации.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<b>Уметь:</b> -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;	Оценка выполнения практических занятий, внеаудиторной самостоятельной работы. Тестирование. Решение ситуационных задач. Экзамен.



<p>-определять стратегию и тактику относительно ценообразования.</p> <p><b>Знать:</b>  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.</p>	
--	--

### Используемая система оценивания

	<b>Виды письменных работ учащихся.</b>	<b>Виды устных работ учащихся</b>
1	Тесты разного уровня (А, В, С)	Работа над понятиями
2	Письменные источники (документы)	Работа в группах при дискуссиях, дебатах – анализ явлений и ситуаций.
3	Составление плана ответа	Ответы на вопросы по содержанию параграфа.
4	Эссе	Устные сообщения по дополнительному материалу.
5	Решение практических задач.	Публичная защита проекта.
6	Составление письменного ответа по заданному объему	Поиск информации в сети Интернет по решению практических задач.
7	Выполнение практических работ.	Участие в ролевых играх.
8	Составление и заполнение таблицы	Объяснение внутренних и внешних связей (причинно-следственные и функциональные) изученных социальных объектов (включая взаимодействия человека и общества, общества и природы, общества и культуры, подсистем и структурных элементов социальной системы, социальных качеств человека)
9	Подготовка письменных сообщений, рефератов.	Оценка различных суждений о социальных объектах.

### Используемые педагогические технологии

<i>Технология</i>	<i>Ожидаемый результат</i>	<i>Практическое применение</i>
Технология критического мышления	Развитие навыков самостоятельной продуктивной деятельности по выработке собственного мнения	- «Устный конспект», - построение кластеров – схем, - составление планов ответа,

	<p>решения проблемы.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Повышения интереса к процессу обучения и активного восприятия учебного материала;</li> <li>- культуры письма: формирования навыков написания текстов различных жанров;</li> <li>- информационной грамотности: развития способности к самостоятельной аналитической и оценочной работе с информацией любой сложности;</li> <li>- социальной компетентности: формирования коммуникативных навыков и ответственности</li> </ul>	<p>изучение логики эссе: тема – контекст – проблема – аргументы – вывод.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инсерт;</li> <li>- мозговая атака;</li> <li>- чтение с вопросами;</li> <li>- синквейны,</li> <li>- «продвинутая лекция»,</li> <li>- эссе.</li> <li>- ключевые термины,</li> <li>- перепутанные логические цепочки,</li> <li>- взаимопрос.</li> </ul>
Технология проектного обучения	Умение взаимодействовать в команде, распределять роли. Умения конструировать собственные знания, ориентироваться в информационном пространстве. Презентация результатов собственной деятельности.	Через создание проектов разного вида: Учебные, информационные, исследовательские, творческие, ролевые, игровые.
ИКТ – технологии	Экономия времени, наглядность, своевременный индивидуальный и фронтальный контроль усвоения темы, раздела. Повышение познавательного интереса обучающихся, создание ситуации успешности на уроке.	Презентации MS PowerPoint как лекции, задания, наглядность. Индивидуальное тестирование через программу My test. Работа в сети Интернет по поиску, классификации информации при создании проектов, изучения новой темы.
Технология интерактивного обучения	- Постоянное, активное взаимодействие всех учащихся.	Моделирование жизненных ситуаций, использование ролевых игр, совместное решение проблем через работу в парах, дискуссии, дебаты, «аквариум», «карусель».