

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»**

Факультет среднего профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

АНО ВО Университет «МИР»

_____ В.Г. Чумак

«31» августа 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Для специальности

среднего профессионального образования

21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

ОДОБРЕНА

на заседании ПЦК профессиональных дисциплин
«Земельно-имущественные отношения»

Протокол № 1 от «31» августа 2022г.

Председатель ПЦК _____ А.В. Богомолова

СОГЛАСОВАНО

Зам. декана по учебной работе
факультета СПО

_____ Н.Е. Маслова

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 486 от 12.05.2014г.

Организация-разработчик: АНО ВО Университет «МИР»

Составитель: А.В. Богомолова, преподаватель факультета СПО

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы менеджмента и маркетинга»

1.1. **Область применения программы.** Рабочая программа учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» и едина для всех форм обучения.

1.2. **Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ:** учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» относится к группе общепрофессиональных дисциплин профессионального цикла.

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

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

иметь практический опыт:

- формирования организационных структур управления, реализации управленческих функций, использования методов управления персоналом, принятия и реализации управленческих решений, делового общения;

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.

В результате освоения учебной дисциплины должны быть сформированы:

общие компетенции, включающие в себя способность

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.

профессиональные компетенции, соответствующие основным видам профессиональной деятельности

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

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

1.4. Количество часов на освоение учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 72 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 48 часа, самостоятельной – 24.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов	
	Очная форма	Заочная форма
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48	12
в том числе:		
лекции	32	8
практические занятия	16	4
курсовая работа	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	24	60
в том числе:		
Самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	-	-
Работа с информационными источниками	6	16
Реферативная работа	6	14
Решение задач	-	-
Творческие задания	6	16
Подготовка презентационных материалов	-	-
Составление таблиц	4	14
Составление тезисов	-	-
Аттестация по дисциплине	Диф. зачет	

2.2. Содержание учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа студентов		Объем часов	Уровень освоения
Тема 1. Основы менеджмента и эволюционные преобразования в его развитии. Организация как система управления	Содержание учебного материала		2	
	1	Общая теория управления. Природа и состав функций менеджмента.		1
	2	Исторические тенденции в развитии менеджмента.		1
	3	Понятие организации. Виды, признаки и законы организации.		1
	4	Компоненты успеха организации.		1
	5	Внутренняя среда организации и ее переменные. Внешняя среда организации. Ее виды и характеристики.		1
	Практическое занятие № 1 - Составление таблиц. Характеристика уровней управлений менеджмента - Миссия организации. Провести анализ миссий предложенных компаний (GeneralMotors,Chevrolet, “РенессансСамара” (RenaissanceSamaraHotel)...)		2	
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся - подготовка конспекта об особенностях менеджмента в разных странах - составить таблицу «Краткая характеристика школ управления» - подготовить доклады «Цели организации. Дерево целей», «Жизненный цикл организации»		2	3
Тема 2. Сущность коммуникаций и их роль в управлении организацией	Содержание учебного материала		4	
	1	Общее представление о коммуникациях. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Классификация коммуникаций.		1
	2	Причины неэффективных коммуникаций. Организационные коммуникации и их совершенствование.		1
	Практическое занятие № 2 - Классификация коммуникаций, коммуникационные барьеры - Деловая игра «Роль коммуникаций в управлении»		2	2
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся Используя Интернет-ресурсы и периодические издания подготовить презентацию «Роль руководителя в коммуникационном процессе»		2	

Тема 3. Принятие решений в организации	Содержание учебного материала		4	
	1	Управленческие решения и их разновидности. Процесс подготовки и принятия управленческих решений		1
	2	Факторы, влияющие на процесс подготовки и принятия управленческих решений		1
	Практическое занятие № 3 - Работа с кейсами «Подготовка и принятие рационального решения» - Применение метода экспертных оценок в принятии решений		2	2, 3
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся - Работа с учебником и дополнительной литературой, Интернет-источниками. Подготовить сообщения на темы: Методы моделирования в принятии управленческих решений.		2	3
Тема 4. Планирование как функция менеджмента	Содержание учебного материала		4	
	1	Планирование в системе менеджмента. Стратегические и тактические планы.		1
	2	Основные этапы стратегического управления.		1
	Практическое занятие № 4 - Проведение SWOT-анализа		2	2
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся - Работа с учебником и дополнительной литературой. Дать характеристику матриц портфельного анализа: матрицы БКГ, матрицы Мак-Кинси		2	2
Тема 5. Организационные отношения в системе менеджмента.	Содержание учебного материала		2	
	1	Делегирование полномочий в организации. Принцип делегирования.		1
	2	Понятие организационной структуры управления. Этапы ее проектирования.		1
	3	Виды бюрократических структур управления. Виды адаптивных структур управления.		1
	Практическое занятие № 5 - Построение организационных структур различного типа		1	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся - Составление штатного расписания и построение организационной структуры предприятия		2	2, 3
Тема 6. Мотивация людей на рабочем месте	Содержание учебного материала		2	
	1	Мотивация как функция управления. Методы мотивации.		1
	2	Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации.		1

	Практическое занятие № 5 - Составление сравнительной характеристики процессуальных теорий мотивации - Разработка систем мотивации для групп сотрудников с учетом типов характеров		1	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся Формы мотивации сотрудников в зависимости от выполняемого вида работы		1	
Тема 7. Регулирование и контроль в системе менеджмента	Содержание учебного материала		2	
	1	Сущность и виды контроля		1
	2	Процесс контроля. Характеристики эффективного контроля.		1
	Практическое занятие № 6 - Разработка системы контроля для конкретного предприятия.		1	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся - Доклады на темы: Проблемы, возникающие вследствие воздействия системы контроля. Поведенческие аспекты контроля.		1	2
Тема 8. Руководство и лидерство	Содержание учебного материала		2	
	1	Общие понятия власти и лидерства. Формы власти и влияния.		1
	2	Поведенческие теории лидерства. Ситуационные подходы к лидерству.		1
	Практическое занятие № 6 - Работа с анкетами «Лидер ли я?», «Анкета руководителя»		1	2
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся - Подготовить презентации и доклады на тему: Женщина – лидер и руководитель, Роль женщины в менеджменте в качестве лидера. Привести примеры бизнес-лидеров.		2	2, 3
Тема 9. Основы маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала		2	
	1	Эволюция и концепция маркетинга.		1
	2	Современные тенденции развития маркетинга в России.		1
	3	Задачи, принципы и методы маркетинга		
	Практическое занятие № 7 - Составление таблицы. Сравнительные характеристики современных концепций маркетинга.		2	
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся - Работа с учебником и дополнительной литературой		2	2,3

Тема 10. Система маркетинговой информации. Маркетинговое исследование	Содержание учебного материала		2	
	1	Составляющие системы маркетинговой информации. Система анализа маркетинговой информации. Процесс маркетингового исследования.		1
	2	Методы сбора информации. Комплексное исследование в маркетинге. Сегментирование. Целевой маркетинг.		1
	3	Факторы, формирующие конъюнктуру рынков и показатели их действия.		1
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся - Анализ данных маркетингового исследования для конкретного рынка или товара.		2	2,3
Тема 11. Структура маркетинга организации	Содержание учебного материала		4	
	1	Структура маркетинга: понятие элементов маркетинга и их компонентов. Разработка товаров. Классификация товаров. Товарная номенклатура и ассортимент.		1
	2	Ценообразование в маркетинге. Стратегии ценообразования. Распределение товаров. Каналы распределение. Процесс распределения товаров. Продвижение товаров.		1
	Практическое занятие № 8 - Разработка характеристик товара; товарного знака. Определения факторов цены. Построение канала распределения. Разработка упаковки товара.		2	2
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся Разработка характеристик товара; товарного знака. Определения факторов цены.		4	2,3
Тема 12. Особенности маркетинга в области профессиональной деятельности	Содержание учебного материала		2	
	1	Анализ рынка недвижимости. Сегментирование. Актуальность проблем маркетинга в данных организациях. Особенности ценообразования.		1
	2	Структура управления маркетингом специализированного предприятия.		1
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся Особенности проведения маркетинговых исследований рынка недвижимости г.о. Самара		2	2,3
Всего:			72	

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 материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Менеджмента».

Оборудование учебного кабинета:

Учебные столы, рабочее место преподавателя, комплект учебно-методической документации, раздаточный материал

Технические средства обучения: мультимедийный комплекс:

- ноутбук
- проектор
- экран

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: не предусмотрены.

3.2. Информационное обеспечение обучения

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Основы международного менеджмента и маркетинга : учебное пособие : [16+] / О. Т. Шипкова, О. В. Шатаева, Е. В. Скубрий, М. В. Николаев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 168 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615680>
2. Понуждаев, Э. А. Основы менеджмента: учебное пособие (курс лекций, практикум, тесты) : [16+] / Э. А. Понуждаев, М. Э. Семенова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 404 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618660>
3. Баландина, О. В. Основы менеджмента: учебное пособие для студентов среднего профессионального образования : [12+] / О. В. Баландина, Н. В. Локтюхина, С. А. Шапиро. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 253 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574371>

Дополнительная

1. Цахаев, Р.К. Маркетинг: учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 550 с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02746-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722>.
2. Менеджмент организации : учебник : [16+] / О. В. Баландина, А. Б. Вешкурова, Н. А. Копылова и др. ; под общ. ред. С. А. Шапиро. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 566 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575119>

Информационные ресурсы

1. <http://www.csocman.edu.ru> – Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»
2. <http://www.ts-ru.com/> – Электронный журнал по менеджменту. Сайт содержит множество терминов, касающихся менеджмента, статей и новостей о менеджменте
3. <http://www.aup.ru/management> – Административно-управленческий портал. Содержит ссылки на книги по управлению предприятием (менеджменту).
4. <http://www.cfin.ru/> – Сайт «Корпоративный менеджмент». Представлен полный архив журнала «Менеджмент в России и за рубежом».

Периодические издания

1. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
2. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»

4. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

1. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (при наличии контингента) может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа, подразумевающая две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала, и углубленное изучение материала и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

2. Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Перечень учебно-методического обеспечения для обучающихся по дисциплине:

- с нарушением слуха: в печатной форме, в форме электронного документа;
- с нарушением зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа;
- с нарушением опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа;

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения: мультимедийное оборудование с возможностью экранного увеличения для студентов с нарушением зрения, источники питания для индивидуальных технических средств.

В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом ограничений их здоровья.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Контроль результатов освоения учебной дисциплины

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

Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
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.	Формы контроля: -тестирование -дифференцированный зачет Методы контроля: - устный индивидуальный и фронтальный опрос - стандартизированный контроль (тестирование) - самоконтроль
В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать: -сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; -особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям); -внешнюю и внутреннюю среду организации; -цикл менеджмента; -процесс принятия и реализации управленческих решений; -функции менеджмента в рыночной экономике: -организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; -систему методов управления; -методику принятия решений; -стили управления, коммуникации, деловое общение; -сущность и функции маркетинга; -конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.	Формы контроля: -экспертное наблюдение -оценка на практических занятиях при выполнении работ Методы контроля: - устный индивидуальный и фронтальный опрос -тестирование - наблюдение - решение задач

5.2. Перечень вопросов для подготовки к зачету
по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

1. Общая теория управления. Природа и состав функций менеджмента.
2. Исторические тенденции в развитии менеджмента.
3. Понятие организации. Виды, признаки и законы организации.
4. Компоненты успеха организации.
5. Внутренняя среда организации и ее переменные.
6. Внешняя среда организации. Ее виды и характеристики.
7. Общее представление о коммуникациях. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
8. Классификация коммуникаций
9. Причины неэффективных коммуникаций.
10. Организационные коммуникации и их совершенствование.
11. Решения и их разновидности.
12. Процесс подготовки и принятия управленческих решений
13. Факторы, влияющие на процесс подготовки и принятия управленческих решений
14. Сущность понятия конфликт. Причины конфликтов
15. Способы разрешения конфликтов
16. Стратегии поведения участников конфликта
17. Планирование в системе менеджмента. Стратегические и тактические планы.
18. Основные этапы стратегического управления.
19. Делегирование полномочий в организации. Принцип делегирования
20. Понятие организационной структуры управления. Этапы ее проектирования
21. Виды бюрократических структур управления. Виды адаптивных структур управления
22. Мотивация как функция управления. Методы мотивации.
23. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации
24. Сущность и виды контроля
25. Процесс контроля. Характеристики эффективного контроля.
26. Общие понятия власти и лидерства. Формы власти и влияния
27. Поведенческие теории лидерства
28. Ситуационные теории лидерства
29. Особенности менеджмента в сфере земельно-имущественных отношений
30. Задачи, принципы и методы маркетинга
31. Структура управления маркетингом специализированного предприятия
32. Структура маркетинга: понятие элементов маркетинга и их компонентов.
33. Разработка товаров. Классификация товаров. Товарная номенклатура и ассортимент
34. Эволюция и концепция маркетинга
35. Ценообразование в маркетинге. Стратегии ценообразования.
36. Распределение товаров. Каналы распределение. Процесс распределения товаров. Продвижение товаров
37. Составляющие системы маркетинговой информации. Система анализа маркетинговой информации. Процесс маркетингового исследования
38. Современные тенденции развития маркетинга в России
39. Методы сбора информации. Комплексное исследование в маркетинге. Сегментирование. Целевой маркетинг
40. Факторы, формирующие конъюнктуру рынков и показатели их действия.

6. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АКТИВНЫХ И ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ И МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ

№	Активные и интерактивные формы и методы обучения	Тема занятия	Количество часов	Код формируемых компетенций
1	- Дискуссия. Миссия организации. Анализ миссий компаний (GeneralMotors, Chevrolet, “РенессансСамара” (RenaissanceSamaraHotel)...))	Тема 1 Основы менеджмента и эволюционные преобразования в его развитии. Организация как система управления.	2	ОК 1-3
2	- Лекция - разминка. «Классификация коммуникаций, коммуникационные барьеры» - Деловая игра «Роль коммуникаций в управлении»	Тема 2 Сущность коммуникаций и их роль в управлении организацией.	2	ОК 1; ОК 2
3	Работа с кейсами «Подготовка и принятие рационального решения», «Применение метода экспертных оценок в принятии решений»	Тема 3 Принятие решений в организации	2	ОК 4; ПК 1.4
4	Работа с кейсом «Проведение SWOT-анализа»	Тема 4 Планирование как функция менеджмента	2	ОК 4; ПК 1.4
5	- Мозговой штурм. Построение организационных структур различного типа	Тема 5 Организационные отношения в системе менеджмента.	2	ОК 7
6	- Работа с кейсом. «Разработка систем мотивации для групп сотрудников с учетом типов характеров»	Тема 6 Мотивация людей на рабочем месте	2	ОК 2; ОК 6-8; ПК 1.4
7	- Мозговой штурм. Разработка системы контроля для конкретного предприятия.	Тема 7 Регулирование и контроль в системе менеджмента	1	ОК 2; ОК 6; ПК 3.1
8	- Дискуссия. «Лидер ли я?», «Анкета руководителя»	Тема 8 Руководство и лидерство	1	ОК 4
9	- Дискуссия. Сравнительные характеристики современных концепций маркетинга.	Тема 9 Основы маркетинговой деятельности	2	ОК 5; ПК 1.4
10	- Мозговой штурм. Построение системы сбора первичной маркетинговой	Тема 10 Система маркетинговой информации.	1	ОК 5; ПК 3.1

№	Активные и интерактивные формы и методы обучения	Тема занятия	Количество часов	Код формируемых компетенций
	информации	Маркетинговое исследование		
11	- Работа в малых группах. Разработка характеристик товара; товарного знака. Определения факторов цены. Построение канала распределения.	Тема 11 Структура маркетинга организации	1	ОК 6; ПК 3.1
12	Деловая игра Построение структуры управления маркетингом специализированного предприятия земельно-имущественных отношений	Тема 12 Особенности маркетинга в области профессиональной деятельности	2	ОК 4; ПК 1.4
	Итого:		20	