

Министерство образования Республики Мордовия  
Государственное бюджетное профессиональное образовательное  
учреждение Республики Мордовия «Краснослободский аграрный техникум»

Утверждаю:  
Директор ГБПОУ РМ  
«Краснослободский аграрный техникум»  
\_\_\_\_\_ Владимирова В.М.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**учебной дисциплины**  
**«Основы менеджмента и маркетинга»**

Рассмотрена и одобрена на заседании предметной (цикловой) комиссии общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин  
Председатель \_\_\_\_\_ Мартынова В.А.

Рекомендована Методическим советом ГБПОУ РМ «Краснослободский аграрный техникум»  
Заместитель директора по учебной работе  
\_\_\_\_\_ Шитова Т.В.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10. «Основы менеджмента и маркетинга»**

Разработчик: Васюточкина О.А. преподаватель общеобразовательных дисциплин Государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Республики Мордовия «Краснослободский аграрный техникум»

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (приказ Министерства образования и науки от 05.02.2018 г. № 69 ) и профессионального стандарта «Бухгалтер», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 22.12.2014 г № 1061 н, регистрационный № 309, приказом Министерства образования и науки РФ от 28.07.2004 г. № 832 для специальности среднего профессионального образования базовой подготовки 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет» (по отраслям).

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт программы учебной дисциплины. ОП.10. «Основы менеджмента и маркетинга»
2. Результаты усвоения программы
3. Структура и содержание программы учебной ОП.10. «Основы менеджмента и маркетинга»
4. Условия реализации программы учебной дисциплины ОП.10. «Основы менеджмента и маркетинга»
5. Контроль и оценка результатов усвоения программы учебной дисциплины ОП.10. «Основы менеджмента и маркетинга»

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10. «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»**

## **1.1. Область применения программы.**

Программа учебной дисциплины ОП.10. «Основы менеджмента и маркетинга» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)» цикла ОП.00.

## **1.2 Цели и задачи учебной дисциплины - требования к результатам освоения учебной дисциплины:**

### **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.

### **уметь:**

- оперировать основными понятиями и категориями менеджмента;
- планировать и организовывать работу подразделения;
- проектировать организационные структуры управления;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления

## **1.3.Количество часов на основании программы учебной дисциплины ОП.10. «Основы менеджмента и маркетинга»**

- максимальной учебной нагрузки обучающегося –80 часов;
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося -42 часа, в том числе:
  - практические занятия – 38 часов;
  - итоговая аттестация – дифференцированный зачет.

## **2. РЕЗУЛЬТАТЫ УСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ОП.10. «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»**

Результат освоения программы ОП.10. «Основы менеджмента и маркетинга» являются общие (ОК) профессиональные (ПК) компетенции.

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

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

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

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

ПК 2.2. Выполнять поручения руководства в составе комиссии по инвентаризации имущества в местах его хранения. Проводить подготовку к инвентаризации и проверку действительного соответствия фактических данных инвентаризации данным учета.

ПК 2.3. Отражать в бухгалтерских проводках зачет и списание недостачи ценностей (регулировать инвентаризационные разницы) по результатам инвентаризации.

ПК 2.4. Проводить процедуры инвентаризации финансовых обязательств организации

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10. «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>80</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>42</b>
в том числе:	
практические занятия	38
<i>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачёта</i>	

### 3.2 Тематический план учебной дисциплины ОП.10. «Основы менеджмента и маркетинга»

Коды общих и профессиональных компетенций.	Наименование разделов и тем рабочей программы учебной дисциплины ОП.03. «Менеджмент»	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Количество часов, отведенное на освоение учебной дисциплины			
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося
			Всего, часов	в.т.ч. лабораторные занятия и практические занятия, часов	в.т.ч., курсовая работа (проект) часов	Всего, часов
ОК.1.	<b>Раздел I Введение.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>			
ОК.4.	<b>Тема 1.1</b> Сущность и характерные черты современного менеджмента.	2	2			
	<b>Раздел II Структура организации. Внешняя и внутренняя среда.</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		

ПК.2.1.	<b>Тема 2.1</b> Организация как объект менеджмента. Органы управления.	4	2	2		
	<b>Раздел III</b> <b>Цикл менеджмента</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			
ОК.8.	<b>Тема 3.1</b> Цикл менеджмента(планирование, организация, мотивация и контроль) - основа управленческой деятельности.	2	2			
	<b>Раздел IV</b> <b>Планирование в системе менеджмента.</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
ПК.2.4.	<b>Тема 4.1</b> Роль планирования в организации.	4	2	2		
	<b>Раздел V</b> <b>Мотивация и потребности.</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
ОК.8.	<b>Тема 5.1</b> Мотивация и критерии мотивации труда.	4	2	2		
	<b>Раздел VI</b> <b>Система методов управления.</b> <b>Самоменеджмент.</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		

ОК.2.	<b>Тема 6.1</b> Основные методы управления: организационно – распорядительные, экономические, социально – психологические: их достоинства и недостатки; характер действия. Самоменеджмент.	4	2	2		
	<b>Раздел VII</b> <b>Коммуникативность и управленческое общение.</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
ОК.5.	<b>Тема 7.1</b> Понятие обращения и коммуникации.	4	2	2		
	<b>Раздел VIII</b> <b>Деловое общение</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		
ОК.9.	<b>Тема 8.1</b> Правила ведения бесед, совещания.	4	2	2		
	<b>Раздел IX</b> <b>Процесс принятия решений.</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		
ОК.3.	<b>Тема 9.1</b> Типы решений и требования, предъявляемые к ним.	2	4	2		
	<b>Раздел X</b> <b>Контроль и его виды.</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		

ПК.2.2. ПК.2.3.	<b>Тема 10.1</b> Контроль, понятие и сущность; этапы контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с реальными результатами, коррекция.	4	2	2		
	<b>Раздел XI</b> <b>Управление конфликтами и стрессами.</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		
ОК.6.	<b>Тема 11.1</b> Конфликт как органическая составляющая жизни общества и организации.	8	4	4		
	<b>Раздел 12. Теоретические основы маркетинга</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		
ОК.2.	Тема 12.1. Предмет, цели и задачи дисциплины	4	2	2		
ОК.4.,ПК 2.4.	Тема 12.2 Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга	4	2	2		
	<b>Раздел 13. Рынок как условие и экономическая основа маркетинга</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>6</b>		

ОК.5	Тема 13.1. Объекты маркетинговой деятельности	8	4	4		
ОК.2	Тема 13.2. Окружающая среда маркетинга	4	2	2		
	<b>Раздел 14. Управление маркетинговой деятельностью предприятия</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>		
ОК.5	Тема 14.1. Маркетинговые исследования рынка	6	2	4		
	<b>Раздел 15. Коммуникационная политика предприятия</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>		
ОК.7	Тема 15.1 Методы маркетинга	6	2	4		
	<b>ИТОГО:</b>	<b>80</b>	<b>42</b>	<b>38</b>		

### 3.2. Содержание обучения по учебной дисциплине ОП.03. «Менеджмент»

Наименование разделов и тем	Содержание обучения по дисциплине.		Количество часов	Уровень освоения
	Знать, уметь.	Структурное содержание учебного материала, лабораторные занятия и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		
1	2	3	4	5
<b>Раздел I Введение.</b>			4	
<b>Тема 1.1</b> Сущность и характерные черты современного менеджмента.	<i>Студент должен знать:</i> - сущность современных подходов к менеджменту; -национальные особенности менеджмента.	Понятие менеджмента, его содержание и место в системе социально – экономических категорий. Практические предпосылки возникновения менеджмента, его роль в развитии современного производства. Менеджмент как наука и искусство.	2	1
<b>Раздел II Структура организации. Внешняя и внутренняя среда.</b>			4	

<p><b>Тема 2.1</b>          Организация как объект менеджмента.          Органы управления.</p>	<p><i>Студент должен знать:</i>          - основные типы структур организации;          - органы управления;          - основные функции управления;          - внешнюю и внутреннюю среды организации;  <i>уметь;</i>          - составлять заданную структуру организации;          - определять преимущества и недостатки каждого типа структур.</p>	<p>Основные принципы организационных структур. Типы структур управления. Внешняя среда организации.</p>	<p>4</p>	<p>1</p>
		<p><b>Практическая работа.</b></p>	<p>2</p>	<p>2</p>
		<p>Формирование структуры управления предприятием.</p>		
<p><b>Раздел III</b>  <b>Цикл менеджмента</b></p>			<p><b>2</b></p>	
<p><b>Тема 3.1</b>          Цикл менеджмента(планирование, организация,</p>	<p><i>Студент должен:</i>  <i>знать:</i>          - основные составляющие цикла менеджмента, их характеристику.</p>	<p>Основные составляющие цикла менеджмента. Характеристика функций цикла. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла.</p>	<p>2</p>	<p>1</p>

мотивация и контроль) - основа управленческой деятельности.				
<b>Раздел IV Планирование в системе менеджмента.</b>			<b>6</b>	
<b>Тема 4.1</b> Роль планирования в организации.	Студент должен : <i>знать:</i> - сущность стратегического и тактического планирования; <i>уметь:</i> - определять главную цель деятельности фирмы (миссию).	Формы планирования. Виды планов. Основные стадии планирования. Стратегическое (перспективное) планирование.	4	1
		<b>Практические работы:</b>	2	2
		Стратегический план предприятия.		
<b>Раздел V Мотивация и потребности.</b>			<b>4</b>	
<b>Тема 5.1</b> Мотивация и критерии мотивации труда.	Студент должен : <i>знать:</i> - критерии мотивации; - первичные и вторичные	Индивидуальная и групповая мотивация. Мотивация и иерархия потребностей. Первичные и вторичные потребности.	2	1

	<p>потребности:  <i>уметь:</i>  - определять  мотивационное поведение:</p>	Потребность и мотивационное поведение.		
		<b>Практическая работа.</b>	2	2
		Определение собственных мотивационных тенденций.		
<b>Раздел VI</b> <b>Система методов управления.</b> <b>Самоменеджмент.</b>			<b>4</b>	
<b>Тема 6.1</b> Основные методы управления: организационно – распорядительные, экономические, социально – психологические: их достоинства и недостатки;	<p>Студент должен:  <i>знать:</i>  - методы управления;  - технику личной работы руководителя.</p>	<p>Планирование и организация работы менеджера, улучшение условий и режима работы. Анализ участия коллектива в управлении.  Планирование и организация работы менеджера. Анализ участия коллектива в управлении.</p>	2	1

характер действия. Самоменеджмент.				
		<b>Практическая работа.</b>	2	2
		Разработка плана организации личной работы.		
<b>Раздел VII Коммуникатив- ность и управленческое общение.</b>			<b>4</b>	
<b>Тема 7.1</b> Понятие обращения и коммуникации.	Студент должен: <i>знать:</i> - коммуникативность и ее виды; - уровни коммуникации; <i>уметь:</i> - использовать приемы аттракции в управлении подчиненными.	Информация и ее виды: функциональная, координационная, оценочная. Эффективная коммуникация. Функции и назначение управленческого общения. Условия эффективного общения.	2	1

		<b>Практическая работа.</b>	2	2
		Анализ ситуаций «Поза, мимика, жесты во взаимоотношениях с сотрудниками»		
<b>Раздел VIII Деловое общение</b>			<b>4</b>	
<b>Тема 8.1</b> Правила ведения бесед, совещания.	Студент должен: <i>знать:</i> - правила ведения деловой беседы, переговоров, совещаний; - условия эффективного общения; <i>уметь:</i> - составлять план беседы, совещания, переговоров.	Планирование проведения данных мероприятий. Абстрактные типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных разговоров.	2	1
		<b>Практическая работа.</b>	2	2
		Составление планов проведения переговоров и бесед.		
<b>Раздел IX Процесс принятия решений.</b>			<b>6</b>	
<b>Тема 9.1</b> Типы решений и	Студент должен: <i>знать:</i>	Методы принятия решений. Этапы принятия решений: установленные проблемы, выявление	4	1

требования, предъявляемые к ним.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- типы решений;</li> <li>- требования к решениям;-</li> <li>- методику принятия эффективного решения;</li> <li><i>уметь:</i></li> <li>- принимать эффективное решение.</li> </ul>	факторов и условий, разработка решений, оценка и принятия решений: установленной проблемы, выявление факторов и условий, разработка решений, оценка и принятие решения.		
		<b>Практическая работа.</b>	2	
		Исследование вариантов управленческих решений.		2
<b>Раздел X Контроль и его виды.</b>			<b>4</b>	
<b>Тема 10.1</b> Контроль, понятие и сущность; этапы контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с реальными результатами, коррекция.	<p>Студент должен:</p> <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды и правила контроля;</li> <li>- этапы контроля.</li> </ul> <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять план – схему организации контроля.</li> </ul>	Правила контроля и виды : предварительный, текущий, заключительный. Итоговая документация по контролю.	2	1

		<b>Практическая работа</b>	2	2
		Разработка схемы проведения контроля.		
<b>Раздел XI Управление конфликтами и стрессами.</b>			<b>8</b>	
<b>Тема 11.1</b> Конфликт как органическая составляющая жизни общества и организации.	Студент должен: <i>знать:</i> - виды конфликтов; - методы управления конфликтами; - сущность и природа стрессов; - методы снятия стресса;  <i>уметь:</i> - разрешать конфликтные ситуации; Находить пути предупреждения стрессовых ситуаций.	Сущность и классификация конфликтов. Конфликты в коллективе в пути их преодоления. Причины и виды конфликтов. Методы управления конфликтами. Последствия конфликтов	4	1
		<b>Практические работы.</b>	4	2
		Решение заданных конфликтных ситуаций.	2	
		Определение стиля управления по «решётке менеджера»	2	
<b>Раздел 12. Теоретические основы маркетинга</b>			<b>8</b>	

Тема 12.1. Предмет, цели и задачи дисциплины	Студент должен: <i>знать:</i> - предмет дисциплины; - цели дисциплины;	Понятия: маркетинг, рынок, конъюктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов бухгалтеров, экономистов, менеджеров. Цели, задачи маркетинга	4	1
		<b>Практическая работа</b>	2	2
		Практическое занятие Концепции управления маркетингом.		
Тема 12.2 Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга	Студент должен: <i>знать:</i> - виды и правила контроля; - этапы контроля. <i>уметь:</i> - составлять план – схему организации контроля.	Классический комплекс маркетинг. Основные виды маркетинга по сфере применения. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга.	4	1
		<b>Практическая работа</b>	2	2
		Концепции управления маркетингом.	2	



<b>Раздел 14. Управление маркетинговой деятельностью предприятия</b>			6	
Тема 14.1. Маркетинговые исследования рынка	Студент должен: <i>знать:</i> - маркетинговые исследования рынка;	Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований.	2	
		<b>Практическая работа:</b>	4	
		Методы маркетинговых исследований	2	
		Составление плана маркетингового исследования	2	
<b>Раздел 15. Коммуникационна я политика предприятия</b>			6	
Тема 15.1 Методы маркетинга	Студент должен: <i>знать:</i> - методы маркетинга;	Методы маркетинга	2	
		<b>Практическая работа:</b>	4	
		Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности	2	
		Методы формирования спроса и стимулирования сбыта: виды, назначение.	2	

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.**

### **ОП.10. «Основы менеджмента и маркетинга»**

#### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: учебная и справочная литература, нормативно-техническая документация, модели и макеты оборудования вычислительная техника и программное обеспечение к ней, аудио и видеозаписи, видеофильмы, видеомаягнитофон, телевизор, плакаты по учебным темам, диапроектор, комплекты слайдов.

Реализация программы предполагает все занятия проводить практически или частично практически.

#### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования специальности «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)»

Положение о производительной (профессиональной) практике студентов, курсантов образовательных учреждений среднего профессионального образования.

Рекомендации по применению Положения о производственной (профессиональной) практике студентов, курсантов образовательных учреждений среднего профессионального образования.

Рекомендации по планированию и организации производственной (профессиональной) практики по техническим специальностям в условиях действия государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования.

Литература:

1. Управление персоналом: учеб. пособие для студ. Сред. проф. учеб. заведений / Т.Ю.Базаров. — 6-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2018.
2. Соснин А. С. Основы теории и практики менеджмента : Конспект лекций / А. С. Соснин, Л. В. Мельниченко; Укр.-финс. ин-т менеджмента и бизнеса. - К., 2018.
3. Тимошенко И.И., Соснин А.С. Менеджер организации: Учеб. пособие для менеджера. - К., 2017.
4. Драчева Е.Л. Менеджмент практикум: учебное пособие для студентов учреждений среднего профессионального образования – 4-е издание М.: Академия, 2018.
5. Менеджмент организации: [Электронный ресурс]: [электронный учебник] / А.В. Тебекин, Б.С. Косарев. – электрон. дан. – М.: КНОРУС, 2018.

6.Ефимова С.А. Маркетинговое планирование. М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018.

7.Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие/П. С. Завьялов. -М.:ИНФРА-М, 2017.

8.О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина Маркетинговые исследования рынка М. ИД «ФОРУМ», 2018.

9.И.Д. Мустафаева Маркетинг. Учебное пособие для студентов ССУЗов, 2019г. (электронный ресурс)

#### **4.3 Общие требования к организации образовательного процесса.**

При формировании ОПОП образовательное учреждение:

имеет право использовать время, отведенную часть циклов ОПОП, увеличивая при этом время, отведенное на дисциплины и модули обязательной части, либо вводя новые дисциплины и модули в соответствии потребностям работодателей и спецификой деятельности образовательного учреждения;

имеет право определять освоения обучающимися в рамках профессионального модуля профессию рабочего, должность служащего (одну или несколько) согласно приложению к ФГОС;

обязательно обновлять основную профессиональную образовательную программу (в части состава дисциплин и профессиональных модулей, установленных учебным заведением в учебном плане, и (или) содержания рабочих программ учебных дисциплин профессиональных модулей, программ учебной и производственной практик, методических материалов, обеспечивающих реализацию соответствующей образовательной технологии) с учетом запросов работодателей, особенностей развития региона, науки, культуры, экономики, техники технологий и социальной сферы в рамках.

Учебным заведением плане, и (или) содержания рабочих программ учебных заведением дисциплин и профессиональных модулей, программ учебной и производственной практик, методических материалов, обеспечивающих, реализацию соответствующей образовательной техники с учетом запросов работодателей, особенностей развития региона, науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы в рамках, установленных настоящим федеральным государственным образовательным стандартом;

обязательно в рабочих учебных программах всех дисциплин и профессиональных модулей четко формулировать требования к результатам их освоения: компетенциям: приобретаемому практическому опыту, знаниям и умениям;

обязательно обеспечивать эффективную самостоятельную работу обучающихся в сочетании с совершенствованием управления ею со стороны преподавателей и мастеров производственного обучения;

обязательно обеспечить обучающимся возможность участвовать в формировании индивидуальной образовательной программы;

обязательно сформировать социокультурную среду, создавать условия, необходимые для всестороннего развития и социализации личности, способствовать развитию воспитательного компонента образовательного процесса, включая развитие студенческого самоуправления, участие обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов и так далее;

должно предусматривать в целях реализации компетентного подхода использования в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разработка конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий и т.д.) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются образовательным учреждением по каждому виду практики.

Основная профессиональная образовательная программа должна обеспечиваться учебно-методической документацией по всем дисциплинам, междисциплинарным курсам и профессиональным модулям ОПОП.

Внеаудиторная работа должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на её выполнение.

Реализация основных профессиональных образовательных программ должна обеспечивать доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) основной профессиональной образовательной программы.

Во время самостоятельной подготовки обучающихся должны быть обеспечены доступ к сети «Интернет».

Библиотечный фонд, должен укомплектован печатным и/или электронными изданиями основной и дополнительной учебной литературы по дисциплинам всех циклов, изданной за последние 5 лет.

Библиотечный фонд, помимо литературы должен включать официальные, справочно-библиографическое и периодическое издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Каждому обучающемуся должен быть обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда, состоящего не менее чем из 3 наименований отечественных журналов.

Образовательное учреждение должно предоставить обучающимся возможность оперативного обмена информацией с отечественными образовательными учреждениями, организациями и доступ к современным профессиональным базам данных и информационным ресурсам сети «Интернет»

Образовательное учреждение, реализующее основную профессиональную образовательную программу по специальности среднего профессионального образования, должно располагать материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лабораторных работ и практических занятий, дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, учебной практики, предусмотренных учебным планом образовательного учреждения. Материально-техническая база должна соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, включая использование оборудования на основе заключения договоров с организациями и так далее.

## КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Раздел (тема) Программы учебной дисциплины	Результаты (освоенные общие и профессион а- льные компетенци и)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроль
<b>Раздел I</b> <b>Введение.</b>	ОК.1.	Определение сущности и социальной значимости своей будущей профессии, проявление к ней устойчивого интереса при изучении содержания учебной дисциплины.	Устная беседа 2,3,4,5.
<b>Тема 1.1</b> Сущность и характерные черты современного менеджмента.	ОК.4.	Поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития через изучение особенностей современного менеджмента.	Фронталь ный опрос 2,3,4,5
<b>Раздел II</b> <b>Структура организации. Внешняя и внутренняя среда.</b>			
<b>Тема 2.1</b> Организация как объект менеджмента. Органы управления.	ПК.2.1.	Умение выполнять поручение руководств в составе комиссии по инвентаризации имущества в местах его хранения через исследование элементов внутренней среды организации.	Аудиторн ая самостоят ельная работа 2,3,4,5
<b>Раздел III</b> <b>Цикл менеджмента</b>			
<b>Тема 3.1</b> Цикл менеджмента(плани рование, организация, мотивация и контроль) - основа	ОК.8.	Умение самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития при изучении цикла.	Устная беседа 2,3,4,5

управленческой деятельности.			
<b>Раздел IV Планирование в системе менеджмента.</b>			
<b>Тема 4.1</b> Роль планирования в организации.	ПК.2.4.	Умение проводить процедуру инвентаризации финансовых обязательств организации через составление стратегического плана.	Аудиторная самостоятельная работа 2,3,4,5
<b>Раздел V Мотивация и потребности.</b>			
<b>Тема 5.1</b> Мотивация и критерии мотивации труда.	ОК.8.	Умение самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития при выборе мотивов деятельности.	Письменный опрос 2,3,4,5
<b>Раздел VI Система методов управления. Самоменеджмент.</b>			
<b>Тема 6.1</b> Основные методы управления: организационно – распорядительные, экономические, социально – психологические: их достоинства и недостатки; характер действия. Самоменеджмент.	ОК.2.	Организация собственной деятельности, выбор типовых методов и способов выполнения профессиональных задач, через методы управления.	Устная беседа 2,3,4,5
<b>Раздел VII Коммуникативность и управленческое общение.</b>			
<b>Тема 7.1</b> Понятие обращения и коммуникации.	ОК.5.	Использование информационно-коммуникативных технологий в профессиональной деятельности при управленческом обращении.	Фронтальный опрос 2,3,4,5

<b>Раздел VIII Деловое общение</b>			
<b>Тема 8.1</b> Правила ведения бесед, совещания.	ОК.9.	Умение ориентироваться в частной смене технологий в профессиональной деятельности делового общения.	Устная беседа 2,3,4,5
<b>Раздел IX Процесс принятия решений.</b>			
<b>Тема 9.1</b> Типы решений и требования, предъявляемые к ним.	ОК.3.	Умение выбирать решения встандартных и нестандартных ситуаций и нести за них ответственность через изучение механизма принятия управленческого решения.	Устная беседа 2,3,4,5
<b>Раздел X Контроль и его виды.</b>			
<b>Тема 10.1</b> Контроль, понятие и сущность; этапы контроля: выработка стандартов и критериев, сопоставление с реальными результатами, коррекция.	ПК.2.2.  ПК.2.3.	Способность проводить подготовку к инвентаризации и проверку действительного соответствия фактических данных инвентаризации данным учета контроля. Умение отражать в бухгалтерских проводках зачет и списание недостачи ценностей по результатам инвентаризации через исследование системы контроля.	Письменный опрос 2,3,4,5
<b>Раздел XI Управление конфликтами и стрессами.</b>			
<b>Тема 11.1</b> Конфликт как органическая составляющая жизни общества и организации.	ОК.6.	Эффективная работа в коллективе, команде через систему управления конфликтами.	Аудиторная самостоятельная работа 2,3,4,5
<b>Раздел 12. Теоретические основы маркетинга</b>			
Тема 12.1. Предмет, цели и задачи	ОК.2	Понятия: маркетинг, рынок, конъюктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи.	Письменный опрос 2,3,4,5

дисциплины		Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов бухгалтеров, экономистов, менеджеров. Цели, задачи маркетинга	
Тема 12.2 Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга	ОК.4, ПК 2.4	Классический комплекс маркетинг. Основные виды маркетинга по сфере применения. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга.	Аудиторн о самостоя тельная работа 2,3,4,5
<b>Раздел 13. Рынок как условие и экономическая основа маркетинга</b>			
Тема 13.1. Объекты маркетинговой деятельности	ОК.5	Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса	Аудиторн о самостоя тельная работа 2,3,4,5
Тема 13.2. Окружающая среда маркетинга	ОК.2	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная. Краткая	Письменн й опрос 2,3,4,5

		характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка.	
<b>Раздел 14. Управление маркетинговой деятельностью предприятия</b>			
Тема 14.1. Маркетинговые исследования рынка	ОК.5	Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований.	Аудиторн о самостоят ельная работа 2,3,4,5
<b>Раздел 15. Коммуникационная политика предприятия</b>			
Тема 15.1 Методы маркетинга	ОК.7	Маркетинговые методы: понятие, цели и задачи.	Письменн й опрос 2,3,4,5

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего и итогового контроля производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица).

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных Образовательных достижений.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90-100	5	отлично
80-89	4	хорошо
70-79	3	удовлетворительно
Менее 70	2	не удовлетворительно

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

**СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП**

Сертификат 603332450510203670830559428146817986133868575835

Владелец Владимиров Вячеслав Матвеевич

Действителен с 11.02.2022 по 11.02.2023