Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Агабекян Раиса Левоновна
Должность: ректор
Дата подписания: 02.06.2022 17:21:24
Уникальный программный ключ:
4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcda9201d015c4dbaa123ff774747507b9b9fbcbe

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования
Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ
г. Краснодар

Академический колледж

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
доцент Н. И. Севрюгина
28 марта 2022 г.

ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

Рабочая программа учебной дисциплины

для студентов 21.02.05 Земельно-имущественные отношения

технический профиль

Квалификация выпускника – Специалист по земельно-имущественным отношениям

Краснодар, 2022

Рассмотрено
на заседании предметно цикловой комиссии
Протокол № 8 от 21 марта 2022г.
Председатель ПЦК А.А. Куценко
Зав. ИИО Академического колледжа
Ю.А. Худына

Принято
педагогическим советом
Академического колледжа
Протокол № 7
от 22 марта 2022 г.

Рабочая программа разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования программы подготовки специалистов среднего звена, специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, Федерального закона Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273- ФЗ Об образовании в Российской Федерации (редакция от 25.12.2018 г.) и требований ФГОС среднего профессионального образования (приказ от 12.05.2014 г. №486 Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения (Зарегистрировано в Минюсте России 27.06.2014 г. № 32885) технического профиля профессионального образования.

Содержание программы реализуется в процессе освоения студентами основной профессиональной образовательной программы по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения технического профиля (на базе основного общего образования) в соответствии с требованиями ФГОС СПО на 3 курсе (ах) в 5 семестре (ах).

Рецензенты:

Заместитель директора по учебно-методической работе ЧУ ПОО КТУИС г. Краснодар, Бондаренко Н. А.

Директор ООО «Вектор» г. Краснодар,
Бромберг Е. М.

Советник директора ООО «Аэро-тревел», г. Краснодар,
Коробенко Я.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины 4
1.1. Область применения рабочей программы учебной дисциплины 4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП..... 4
1.3. Цели и задачи изучения учебной дисциплины 5
1.4 Формирование личностных результатов воспитательной работы обучающихся 5
1.5.Требования к результатам освоения учебной дисциплины 5
1.6 Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины 6
2 Структура и содержание общепрофессиональной учебной дисциплины Основы менеджмента и маркетинга..... 7
2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы 7
2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины 7
2.3 Образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий 10
3. Условия реализации учебной дисциплины 12
3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению..... 12
3.2. Информационное обеспечение обучения (основная литература, дополнительная литература, периодические издания, интернет-ресурс)..... 13
3.3. Перечень информационных технологий 14
3.4 Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья 15
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины 17
5. Оценка освоения достижений личностных результатов воспитательной работы.....19

1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины

1.1.Область применения рабочей программы учебной дисциплины

Рабочая программа учебной дисциплины Основы менеджмента и маркетинга является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

1.2.Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина Основы менеджмента и маркетинга, относится к профессиональному циклу общепрофессиональных дисциплин основной профессиональной образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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

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

1.3.Цели и задачи изучения учебной дисциплины

Цели учебной дисциплины - освоение студентами основных принципов и методов организации и управления предприятием, изучение, систематизация и закрепление основ теории и практики управления предприятиями в современных условиях хозяйствования, процессами принятия решений в области основ менеджмента и маркетинга, ознакомление с современными методами и приемами работы в условиях отраслевой конкуренции, поскольку формирование рыночных экономических отношений требует подготовки квалифицированных специалистов, вооруженных новыми знаниями и умениями, владеющими современным аппаратом для решения принципиально новых задач.

Задачи:

– изучение основных элементов системы менеджмента и маркетинга;

– изучение подходов к понятию менеджмента и маркетинга;

– определение роли и места менеджера-маркетолога в организации, требований к современному руководителю;

– получение комплексного представления о методологии современного менеджмента и маркетинга.

1.4 Формирование личностных результатов воспитательной работы обучающихся

ЛР 1. Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.

ЛР2.Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономической активности и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР3.Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, права и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР4. Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР5.Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР6. Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР8. Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастность к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР9. Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР10. Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР11. Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.

ЛР12. Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.

1.5.Требования к результатам освоения учебной дисциплины

В результате изучения учебной дисциплины Основы менеджмента и маркетинга 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;

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.

1.6 Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины Мак симальной учебной нагрузки студента 78 часов, в том числе:

– обязательной аудиторной учебной нагрузки студента 52 часа;

– самостоятельной работы студента 26 часов.

2 Структура и содержание общепрофессиональной учебной дисциплины Основы менеджмента и маркетинга

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной деятельности	Объем, час.
Максимальная учебная нагрузка, всего	**78**
Аудиторные занятия, всего	**52**
в том числе:	
лекционные занятия	26
практические занятия	26
Самостоятельная работа, всего	**26**
в том числе:	
изучение теоретического материала, подготовка к аудиторным занятиям	16
подготовка рефератов и видеоматериалов	10
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа студентов, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, час.	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1	**Методологические основы менеджмента и маркетинга**		
Тема 1.1	**Сущность и предмет менеджмента** Современное состояние экономики и управления в России и роль менеджмента в решении экономических проблем. Сущность и предмет менеджмента. Общность и различие понятий «менеджмент» и «управление». Содержание курса менеджмента	4	1
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	2	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа	2	
Тема 1.2	**Организация, менеджеры и управление** Понятие организации. Роль менеджеров в организации и их подготовка. Управленческие роли менеджеров. Определение и функции управления. Уровни управления. Менеджеры в сравнении с предпринимателями	2	1
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	2	2,3
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа	2	

Тема 1.3	**Развитие теории и практики менеджмента** Управление до формирования научного менеджмента. Развитие менеджмента в России. Подходы к управлению. Школы управления. Процессный подход. Системный подход. Ситуационный подход	2	1
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	2	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа	2	
Тема 1.4	**Предприятие, как объект менеджмента** Общая характеристика предприятия как организации. Подразделения предприятия	2	1
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	2	2,3
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа	2	
Тема 1.5	**Внутренняя среда предприятия** Понятие внутренней среды и внутренних переменных. Внутренние переменные: цели, задачи. Внутренние переменные: структура. Внутренние переменные: технологии. Внутренние переменные: люди	2	1
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	2	2,3
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа	2	
Тема 1.6	**Внешняя среда предприятия** Значение и характеристика внешней среды. Внешняя среда прямого воздействия. Внешняя среда косвенного воздействия	2	1
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	2	2,3
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа	2	
Тема 1.7	**Принципы и методы менеджмента** Принципы менеджмента. Система методов управления. Экономические методы управления. Организационно-распорядительные методы управления. Социально-психологические методы управления.	2	1
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	2	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа	2	
Раздел 2	**Социально-психологические основы менеджмента и маркетинга**		

Тема 2.1	**Управление человеком и группой** Учет психологии личности в управлении. Учет социального статуса личности в управлении. Понятие коллектива и его характеристика. Группы и их значимость в управлении. Развитие неформальных организаций. Пути повышения эффективности групп	2	1
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	4	2,3
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа	2	
Тема 2.2	**Власть, партнерство, лидерство, стиль управления** Власть, влияние, лидер. Формы власти. Убеждение и участие. Обзор теории лидерства. Поведенческий подход к лидерству. Ситуационный подход к лидерству. Классификация стилей лидерства. Управление кадрами	2	1
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	не предусмотрено	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа	2	
Тема 2.3	**Мотивация** Развитие взглядов на понятие мотивации. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Мотивация и вознаграждение	2	1
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	2	2,3
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа	2	
Тема 2.4	**Управление конфликтами, стрессами и организационными изменениями** Природа конфликтов. Управление конфликтной ситуацией. Природа стресса и управление в стрессовых ситуациях. Природа организационных изменений. Управление организационными изменениями. Организационное развитие	2	1
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	2	2,3
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа	2	

Тема 2.5	**Социальная ответственность бизнеса. Этика и культура бизнеса** Социальная ответственность бизнеса. Культура управления. Этика и современное управление. Управленческий этикет. Организация совещаний, заседаний. Деловые выступления, беседы	2	1
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	2	2
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа	2	
Итого:		**78**	

В столбце № 4 «Уровень освоения» цифры обозначают:

1 - ознакомительный (узнавание ранее неизученных объектов, свойств);

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

2.3 Образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий

В соответствии с требованиями к специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги и т.д.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

При реализации рабочей программы по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» используются различные образовательные технологии.

1. Традиционные образовательные технологии ориентируются на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения). Учебная деятельность студента носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер.

Лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

2. Информационно-коммуникационные образовательные технологии – организация образовательного процесса, основанная на применении специализированных программных сред и технических средств работы с информацией.

Примеры форм учебных занятий с использованием информационно-коммуникационных технологий:

Лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

Практическое занятие в форме презентации – представление результатов проектной или исследовательской деятельности с использованием специализированных программных сред.

3. Условия реализации учебной дисциплины

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Помещение кабинетов удовлетворяет требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН 2.4.2 № 178-02) и оснащено типовым оборудованием, указанным в настоящих требованиях, в том числе специализированная учебная мебель и средства обучения, достаточными для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

Кабинеты оснащены мультимедийным оборудованием, посредством которых участники образовательного процесса могут просматривать визуальную, создавать презентации, видеоматериалы, иные документы.

Перечень средств материально-технического обеспечения для обучения по ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга представлен в таблице 3

Таблица 3 – Перечень средств материально-технического обеспечения для обучения по ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	**Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**	**Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа**
Кабинет гуманитарных и социально-экономических дисциплин; Кабинет менеджмента; Кабинет статистики; Кабинет финансов, денежного обращения и кредита; Кабинет маркетинга; Лекционная аудитория (230)	28 посадочных мест, преподавательское место, доска, наглядные пособия	
Читальный зал	16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 17 компьютеров с выходом в интернет	ОС – Windows XP Professional RUS. (Коробочная версия Vista Business Starter (17шт.) и Vista Business Russian Upgrade Academic Open (17шт) - Лицензионный сертификат № 42762122 от 21.09.2007. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ) Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.112018(ООО Прима АйТи) сроком на 1 год. Microsoft Access 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт

		передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. Microsoft Office 2007 Russian. Лицензионный сертификат № 42373687 от 27.06.2007 Microsoft Project профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. Microsoft Visio профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. Microsoft Visual Studio 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, StarUML V1.

3.2. Информационное обеспечение обучения (основная литература, дополнительная литература, периодические издания, интернет-ресурс)

Основные источники:

1. Мазилкина Е.И. Основы менеджмента и маркетинга : учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 197 с. — (Среднее профессиональное образование). http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=754605
2. Виханский О. С. Основы менеджмента и маркетинга: Учебник для ср. спец. учеб. заведений / Виханский О. С., Наумов А. И. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 288 с.http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=895219
3. Кнышова, Е.Н. Основы менеджмента и маркетинга: Учебное пособие/Кнышова Е. Н. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 304 с.- (Профессиональное образова ние)http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492807
4. Казначевская Г.Б. Основы менеджмента и маркетинга : учебник / Г.Б. Казначевская. — Москва : КноРус, 2019. — 240 с. — Для СПО.https://www.book.ru/book/926126/view2/1

5. Грибов В.Д. Основы менеджмента и маркетинга : учебное пособие / В.Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2019. — 280 с. — Для СПО.https://www.book.ru/book/925916/view2/1

Дополнительные источники:

1. Сетков В.И. Основы менеджмента и маркетинга : учебное пособие / В.И. Сетков. — Москва : КноРус, 2020. — 152 с. — Для СПО.https://www.book.ru/book/926656/view2/1

2. Кисляков Г.В. Основы менеджмента и маркетинга: основные термины и понятия: Словарь/КисляковГ.В., КисляковаН.А., 3-е изд. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2021. - 176 с.http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=456118

3. Основы Основы менеджмента и маркетингаа: учеб. пособие для СПО/ Е.А. Репина и др..- М.: ИНФРА-М,2021.-240 с.

4. Казначевская Г.Б. Основы менеджмента и маркетинга: учебник для СПО.- Ростов н/Д : Феникс, 2020.-347 с.

5. Грибов В.Д. Основы менеджмента и маркетинга: учеб. пособие.- М.: КНОРУС. 2021.-280 с.-(Среднее профессиональное образование).

Интернет-ресурсы:

1. Правительство РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: http://government.ru - (Дата обращения 11.05.2021г.)

2. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс] Режим доступа: http://nalog.ru -(Дата обращения 11.05.2021г.)

3. Минфин России. [Электронный ресурс] Режим доступа: http ://www.minfm.m - (Дата обращения 11.05.2021г.)

4. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://gks.ru -(Дата обращения 11.05.2021г.)

5. Справочная правовая система «Консультант Плюс». [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru (Дата обращения 11.05.2021г.)

6. Справочная правовая система «Гарант». [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.garant.ru - (Дата обращения 11.05.2021г.)

3.3. Перечень информационных технологий

В рамках изучения дисциплины используются следующие информационные

технологии:

–электронные образовательные ресурсы, в которые входят электронная образовательная среда Академии (расположенная по электронному адресу http://185.18.111.102/moodle/course/index.php?categoryid=54), электронно-библиотечная система «Znanium.com» (расположенная по электронному адресу http://znanium.com/catalog), электронно-библиотечная система «Ibooks.ru» (расположенная по электронному адресу https://ibooks.ru/home.php?routine=bookshelf);

–презентационные материалы, разработанные в целях визуализации учебного материала и повышения наглядности обучения, в соответствии с календарно тематическим планом по дисциплине;

–в рамках изучения дисциплины используется пакет программ Microsoft Office.

3.4 Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, обучающиеся по программе подготовки 21.02.05 Земельно-имущественные отношения, обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха;
- с нарушениями зрения.

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещения». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, имеющих сердечно-сосудистые заболевания, они

оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), в них имеется система климат-контроля.

4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
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; **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.	- Тестирование - Опрос - Понятийный диктант - Тестирование - Самостоятельная практическая по индивидуальным заданиям - Самостоятельная работа по карточкам - Домашнее задание - Самостоятельная практическая работа
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет

5. Оценка освоения достижений личностных результатов воспитательной работы

Оценка достижения обучающимися личностных результатов (далее – ЛР) проводиться в рамках контрольных и оценочных процедур, предусмотренных данной Программой.

Способы контроля результатов и критерии результативности реализации воспитательной работы обучающихся академического колледжа.

Вид контроля	Результат контроля
Входной контроль	диагностика способностей и интересов обучающихся (тестирование, анкетирование, социометрия, опрос).
Текущий контроль	педагогическое наблюдение в процессе проведения мероприятий, педагогический анализ творческих работ, мероприятий обучающихся, формирование и анализ портфолио обучающегося; исполнение текущей отчетности
Итоговый контроль	анализ деятельности

Комплекс критериев оценки личностных результатов обучающихся:

– демонстрация интереса к будущей профессии;

– оценка собственного продвижения, личностного развития;

– положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;

– ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности;

– проявление высокопрофессиональной трудовой активности;

– участие в исследовательской и проектной работе;

– участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;

– соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, руководителями практик;

– конструктивное взаимодействие в учебном коллективе;

– демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа;

– готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;

– сформированность гражданской позиции; участие в волонтерском движении;

– проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества;

– проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону;

– отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся;

– отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межличностной, межрелигиозной почве;

– участие в реализации просветительских программ, поисковых, военно-исторических, краеведческих отрядах и молодежных объединениях;

– добровольческие инициативы по поддержки инвалидов и престарелых граждан;

– проявление экологической культуры, бережного отношения к родной земле, природным богатствам России и мира;

– демонстрация умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии;

– демонстрация навыков здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся;

– проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве;

– участие в конкурсах профессионального мастерства и в командных проектах;

проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности.