

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ  
КГБПОУ «КАНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

РАССМОТРЕНО

на заседании ЦМК экономических и правовых  
дисциплин  
протокол № 5 от «09» 01 2024г.

 / О.В. Михеева /

УТВЕРЖДАЮ

заместитель директора по учебной работе

 / Р.Н. Шевелева /

«09» 01 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**по учебной дисциплине ОП.15 Основы менеджмента и маркетинга  
для специальности 09.02.01 Компьютерные системы и комплексы  
РП.00479926. 09.02.01.24**

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.15 Основы менеджмента и маркетинга разработана для специальности 09.02.01 Компьютерные системы и комплексы на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ 12 мая 2014 г. N 508

Организация разработчик: КГБПОУ «Канский политехнический колледж»

Разработчик: Коренкова И.И., преподаватель

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1 Паспорт рабочей программы учебной дисциплины</b>	4
1.1 Область применения рабочей программы .....	4
1.2 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы .....	4
1.3 Требования к результатам освоения учебной дисциплины.....	4
<b>2 Структура и содержание учебной дисциплины</b> .....	6
2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	6
2.2 Содержание учебной дисциплины .....	7
2.3 Тематический план и содержание учебной дисциплины.....	8
<b>3 Условия реализации программы учебной дисциплины.....</b>	11
3.1 Требования к материально-техническому обеспечению .....	11
3.2 Информационное обеспечение обучения .....	11

# 1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.15 Основы менеджмента и маркетинга является частью основной профессиональной образовательной программы и разработана на основании требований ФГОС СПО для специальности 09.02.01 Компьютерные системы и комплексы за счет вариативной части.

## 1.2 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина ОП.15 Основы менеджмента и маркетинга входит в профессиональный учебный цикл, подцикл общепрофессиональных дисциплин.

## 1.3. Требования к результатам освоения учебной дисциплины.

Освоение содержания учебной дисциплины ОП.15 Основы менеджмента и маркетинга обеспечивает достижение студентами следующих результатов:

<b>Результаты освоения учебной дисциплины (Наименование ОК и ПК согласно ФГОС СПО)</b>	<b>Результаты обучения</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- планировать и организовывать работу подразделения; - формирование организационные структуры управления; - разработка мотивационной политики организации;	-устный опрос -выполнение, защита рефератов -проверка конспектов -контрольная работа -проверка и защита практических работ -экономический диктант по терминам -тестирование
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- применение в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения; - принятие эффективных решений, используя систему методов управления;	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- учет особенностей менеджмента и маркетинга; - осуществление его сегментации и позиционирования; - определение стратегии и тактики относительно ценообразования;	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного	- знание сущности и характерных черт современного менеджмента, истории его развития;	

выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- знание особенностей менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- знание внешней и внутренней среды организации; - знание цикла менеджмента; - знание процесса принятия и реализации управленческих решений;	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- знание функций менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- знание методики принятия решений; - знание стилей управления, коммуникаций, делового общения;	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- знание сущности и функций маркетинга; - знание конъюнктуры рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив	
ОК 9. Ориентироваться в условиях постоянного изменения правовой базы.		
ДПК 1.Использовать в практической деятельности основные инструменты маркетинга	Определение стратегии маркетинга; - знание методов маркетинговых исследований	-контрольная работа -проверка и защита практических работ -тестирование

## 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов	в т.ч. по семестрам
		8 семестр
<b>Трудоемкость ученой дисциплины (всего), в том числе часов вариативной части</b>	46 46	46 46
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего), в том числе часов вариативной части</b>	32 32	32 32
в том числе:		
лабораторные занятия	-	-
практические занятия	12	12
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	14	14
<b>Консультации (всего)</b>	-	-
<b>Промежуточная аттестация</b>	-	-
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	контрольная работа	контрольная работа

## 2.2 Содержание учебной дисциплины ОП.15 Основы менеджмента и маркетинга

ОК, ПК, ДПК	Наименование разделов и тем	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение учебной дисциплины				
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося	
			всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов
ОК1-09 ДПК 1	Раздел 1. Цели и задачи менеджмента	27	18	6	-	9	-
ОК1-09 ДПК 1	Раздел 2. Основы маркетинга	19	14	6	-	5	
	Всего	46	32	12	-	14	-

### 2.3 Тематический план учебной дисциплины\_ОП.15 Основы менеджмента и маркетинга

№ ур ока	Наименование разделов и тем	Учебная нагрузка обучающихся (час.)		Активные формы проведения занятий	Технические средства обучения	Домашнее задание (основная и дополнительная литература)	Внеаудиторная самостоятельная работа студента	Образовательные результаты (ОК, ПК, ДПК)
		очная форма обучения						
		ауд.	самост.					
	<b>Раздел 1 Цели и задачи менеджмента</b>							ОК 1 – ОК9 ДПК 1
1	Введение. Понятие, сущность и характерные черты менеджмента. История развития менеджмента.	2 ч урок	1 ч	Вводная лекция		(1) 11-13, 18-26	Выполнение конспекта	
2	Планирование и прогнозирование	2 ч урок	1 ч	Лекция-диалог		(1) 139-145	Подготовка сообщения	
3	Сущность организация, внутренняя и внешняя среда организации	2 ч урок	1 ч.	Лекция-диалог	Проектор, ноутбук	(1) 41-46, 48-50	Составление схемы «Элементы организации»	
4	Мотивация и контроль как функции менеджмента	2 ч урок	1 ч.	Лекция-диалог	Проектор, ноутбук	(1) 91-93	Работа с интернет-ресурсами	
5	Практическая работа 1 Анализ схем организационной структуры управления	2 ч прак	1 ч.	Урок-практикум		(1) 300-303	Составление схем управления в организации	
6	Виды управленческих решений. Власть и стили руководства	2 ч урок	1 ч.	Лекция-диалог	Проектор, ноутбук	(1) 107-115 (1) гл.16	Составление лабиринтов, подготовка кластера	
7	Понятие, виды и методы разрешения конфликтов. Этика делового общения.	2 ч урок	2 ч.	Лекция -диалог		(1) гл.15 §1	Выполнение теста, составление таблицы «Стили	

							поведения в конфликте»	
8	Практическая работа 2 Составление плана деловых мероприятий	2 ч прак	1 ч.	Урок-практикум			Составление плана беседы, переговоров	
9	Практическая работа 3 Роль менеджмента в профессиональной деятельности	2 ч прак		Урок-практикум				
	<b>Раздел 2 Основы маркетинга</b>							ОК 1 – ОК9 ДПК 1
10	Сущность, цели и функции маркетинга	2 ч урок		Лекция-диалог	Проектор, ноутбук	(3) 10-19		
11	Цели, объекты и методы маркетинговых исследований. Понятие рынка, его характеристики и функции	2 ч урок	1 ч.	Лекция-диалог		(3) 111-119	Выполнение конспекта	
12	Практическая работа 4 Проведение маркетинговых исследований	2 ч прак	1 ч.	Урок- практикум	Калькулятор	(4) 75-90	Решение ситуационных задач	
13	Практическая работа 5 Сегментирование рынка и позиционирование товара	2 ч прак	1 ч.	Урок-практикум		(4) 39-46	Решение ситуационных задач, тест	
14	Ценообразование и его методы	2 ч урок	1 ч.	Лекция-диалог	Проектор, ноутбук	(4) 215-220	Составление таблицы «Методы ценообразования и их характеристики»	
15	Практическая работа 6 Определение цены на товар	2 ч прак	1 ч.	Урок -практикум	калькулятор		Решение задач	
16	Зачетно-обобщающее занятие	2 ч урок		Урок-зачет				
	<b>Итого</b>	<b>32</b>	<b>14</b>					

### 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1 Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета Экономики и Менеджмента.

Оборудование учебного кабинета: учебная мебель, классная доска, методические указания для выполнения практических работ, раздаточный материал.

Технические средства обучения: ноутбук, проектор, Справочно-поисковая система Консультант плюс; Интернет, Электронная библиотечная система.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

№ п/п	Наименование	Источник
<b>Основная литература</b>		
1.	Менеджмент: Учебник и практикум для СПО/ И.А. Иванова, А.М. Сергеев. –2-е изд.- Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 327 с.	Режим доступа Образовательная платформа Юрайт [сайт]. <a href="https://urait.ru/viewer/menedzhment-535154">https://urait.ru/viewer/menedzhment-535154</a>
2.	Менеджмент: учебник для СПО / А.Л. Гапоненко.-2-е изд. Перераб. и доп.- Москва: Издательство Юрайт 2023.- 379 с.	Режим доступа Образовательная платформа Юрайт [сайт]. <a href="URL:https://urait.ru/viewer/menedzhment-489605">URL:https://urait.ru/viewer/menedzhment-489605</a>
3.	Маркетинг: учебник и практикум для СПО/ Т.А. Лукичёва; под редакцией Т.А. Лукичёвой, Н.Н. Молчанова. – 2- е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2023-386с	Режим доступа Образовательная платформа Юрайт [сайт]. <a href="https://urait.ru/viewer/marketing-531183">https://urait.ru/viewer/marketing-531183</a>
4.	Маркетинг: учебник и практикум для СПО/ Е.Е. Кузьмина – 3 – изд., перераб. И доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023- 431с.	Режим доступа Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <a href="https://urait.ru/viewer/marketing-531422">https://urait.ru/viewer/marketing-531422</a>
<b>Дополнительная литература</b>		
5.	Гражданский кодекс РФ	Библиотека колледжа, СПС «Консультант плюс»
6.	Трудовой кодекс РФ	Библиотека колледжа, СПС «Консультант плюс»
<b>Интернет- ресурсы</b>		
7.	Справочно-правовая система «Консультант»	<a href="https://www.consultant.ru/">https://www.consultant.ru/</a>



## РЕЦЕНЗИЯ

На рабочую программу по дисциплине Основы менеджмента и маркетинга  
по специальности 09.02.01 Компьютерные системы и комплексы  
выполненную преподавателем Коренковой Ириной Игоревной  
(Ф.И.О.)

Авторская рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 09.02.01 Компьютерные системы и комплексы

В результате изучения программного материала студенты овладеют знаниями и умениями по вопросам:

- планирования, организации, мотивации и контроля;
- основам теории принятия управленческих решений;
- управления конфликтами;
- власти и лидерства;
- коммуникации и деловому общению;
- функций маркетинга;
- конъюнктуры рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

### Оценка структуры рабочей программы (характеристика разделов)

- Паспорт программы учебной дисциплины
- Структура и содержание учебной дисциплины
- Условия реализации учебной дисциплины
- Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Программа четко отражает основные темы курса. В них представлены разнообразные формы организационной работы студентов: определены лекционные, практические занятия, самостоятельная работа.

Оценка соответствия тематики практических, лабораторных и курсовых работ требованиям подготовки выпускника по специальности и содержанию рабочей программы:

Тематика практических работ способствует формированию профессиональных компетенций. Практические занятия помогут студентам расширить и закрепить полученные знания и позволят студентам приобрести навыки в принятии решений и деловом общении.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины содержит перечень основной и дополнительной литературы, Интернет-ресурсы.

Язык и стиль изложения, терминология Используется профессиональная терминология

Соответствие содержания рабочей программы современному уровню развития науки, техники и производства Содержание программы полно и всесторонне учитывает современный уровень развития науки.

### **Заключение:**

Рабочая программа по дисциплине/профессиональному модулю Основы менеджмента и маркетинга может быть использована для обеспечения основной профессиональной образовательной программы по специальности Компьютерные системы и комплексы

Рецензент \_\_\_\_\_  
(Фамилия И.О., место работы, должность, ученая степень) / личная подпись

Дата

М.П.

