

**АННОТАЦИЯ**  
**рабочей программы по дисциплине «Основы менеджмента и**  
**маркетинга» по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные**  
**отношения»**

**Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

**Цели преподавания дисциплины:** Получение обучающимися специальных знаний и представлений, необходимых для анализа и исследования рынка,

**Основные задачи курса:**

Обеспечить обучающихся необходимыми знаниями для формирования у будущих специалистов теоретических знаний и умений решать ситуации по формированию ассортимента товаров, выбора стратегии ценообразования, каналов сбыта, проведению маркетинговых исследований. В условиях становления современных рыночных отношений меняется не только характер экономической деятельности организаций, но и методы управления ими. В связи с этим особое внимание уделяется менеджменту и маркетингу.

Способствовать развитию у обучающихся, а в будущем – практиков аналитического восприятия организации как хозяйствующего элемента в многогранной внешней среде.

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

- принимать решение о выборе каналов сбыта и оценивать эффективность сбытовой политики.
- собирать информацию о ценах и анализировать ценовую политику организации.
- определять этап «жизненного цикла» товара и разрабатывать маркетинговые мероприятия по продлению «жизненного цикла товара».
- анализировать факторы поведения покупателей.
- Использовать на практике методы планирования и организации работы подразделения;
- анализировать организационные структуры управления;
- проводить работу по мотивации трудовой деятельности в политику организации
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения.

- применять эффективные решения, используя систему методов управления;
- учитывать особенности менеджмента в области профессиональной деятельности

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся **должен знать**:

- структуру маркетинговой деятельности;
- Сегментирование рынка.
- этапы процесса принятия решения о покупке;
- виды спроса и их характеристика, отличительные особенности понятий: потребность, спрос, нужда.
- составляющие комплекса продвижения товаров, их характеристику;
- критерии выбора средств продвижения;
- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- методы планирования и организации работы подразделения
- принципы построения организационной структуры управления;
- основы формирования мотивационной политики организации
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности
- внешнюю и внутреннюю среду организации
- цикл менеджмента
- процесс принятия и реализации управленческих решений;

**Самостоятельная работа** обучающихся направлена:

- о на глубокое изучение дисциплины по дополнительной литературе и периодическим изданиям, итогом которой является написание рефератов или выступление с докладами на практических занятиях, научных семинарах и тренингах;
- о изучение отдельных вопросов дисциплины, рассматриваемых на лекциях кратко.