

## АННОТАЦИЯ

### рабочей программы по дисциплине «Основы экономики, менеджмента, маркетинга»

#### по специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

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

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

- приводить примеры: факторов производства и факторных доходов, общественных благ, российских предприятий разных организационных форм, глобальных экономических проблем;

- описывать: действие рыночного механизма, основные формы заработной платы и стимулирования труда, инфляцию, основные статьи госбюджета России, экономический рост, глобализацию мировой экономики;

– объяснять: взаимовыгодность добровольного обмена, причины неравенства доходов, виды инфляции, проблемы международной торговли;

– 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;

– использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни.

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

- функции денег, банковскую систему, причины различий в уровне оплаты труда, основные виды налогов, организационно-правовые формы предпринимательства, виды ценных бумаг, факторы экономического роста;
- 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.

**Общие компетенции**, формируемые в результате освоения дисциплины: 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 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

