Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация

**«УРАЛЬСКИЙ ПРОМЫШЛЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ»**

**ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА**

**И МАРКЕТИНГА**

Учебно-методическое пособие по выполнению обязательной контрольной работы для студентов заочной формы обучения по специальности «Земельно-имущественные отношения»

2014г.

|  |  |
| --- | --- |
| Одобрено цикловой комиссией геодезии и землеустройства | Составлено в соответствии с рабочей программой по дисциплине для специальности «Земельно-имущественные отношения» |
| Председатель цикловой комиссии\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.П.Куликова10 сентября 2014г. | Директор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.И. Овсянников20 сентября 2014г. |

 Организация-разработчик: АН ПОО «Уральский промышленно-экономический техникум»

Разработчик: **Зырянова М.В.,** преподаватель АН ПОО «Уральский промышленно-экономический техникум»

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. **ВВЕДЕНИЕ ………………………………………………………………………..4**
2. **ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ ВЫПОЛНЕНИЯ ………………………5**
3. **РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ…….6**
4. **ВАРИАНТЫ И ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ…………………………… 8**
5. **СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ……………………………..14**
6. **ПРИЛОЖЕНИЯ……………………………………………………………………15**

**ВВЕДЕНИЕ**

Методические рекомендации по написанию контрольных работ разработаны с целью оказания помощи студентам заочной формы обучения при освоении модуля учебных дисциплин «Менеджмент и маркетинг», предусмотренного Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности СПО 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения».

 Основной формой заочного обучения является самостоятельная работа студента с учебным материалом. При изучении материала нужно руководствоваться программами, в которых указано: что нужно изучить, и методическими указаниями, в которых отмечено: как надо изучать материал.
    Студенту заочного отделения важно своевременно получить контрольные задания и методическую литературу. Необходимую литературу и методические указания студент может получить в библиотеке техникума или в учебной части заочного отделения, а контрольные задания - у преподавателя.

Контрольная работа проводится на втором курсе обучения.

 **Цель контрольной работы** по модулю учебных дисциплин «Менеджмент и Маркетинг» заключается в том, чтобы студент мог самостоятельно определить направление существующей на предприятии политики управления, формы и методы ее реализации, взаимосвязь политики управления внутренней и внешней средой предприятия.

 **Задачи**, которые стоят перед студентом при подготовке и написании **контрольной работы**:

* глубокое изучение как основной, так и дополнительной литературы по теме контрольной работы;
* показать умение критически осмыслить изученную литературу;
* сформировать собственное представление о логике и технологии управле­ния предприятием, организацией;
* сформировать собственное представление о порядке выбора направления политики управления предприятием, организацией;
* провести глубокий анализ отечественного и зарубежного опыта управления;
* усвоить теоретические и практические навыки организации и регулирования;
* умение изложить свои представления и результаты анализа литературы в контрольной работе.

Таким образом, выполнение целей и задач контрольной работы позволит добиться главного результата: обеспечить единство теоретических знаний с умением решать теоретические вопросы. Контрольная работа как раз имеет целью закрепить и систематизировать знания, полученные студентом при изучении модуля учебных дисциплин «Менеджмент и Маркетинг», научить его использовать накопленные знания для анализа конкретных управленческих проблем и принятия правильных решений.

1. **ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**Выбор варианта**
- Студент выполняет  контрольную работу по своему варианту, согласно имеющемуся шифру (номеру зачетной книжки).
   При 10-вариантной системе номер варианта определяется последней
   цифрой номера зачетной книжки.
- Контрольная работа, выполненная не по своему варианту, не учитывается и возвращается студенту без оценки.

* Списком литературы завершается текст контрольной работы.
* Контрольная работа должна быть выполнена в соответствии с «Требованиями к оформлению текстов контрольных, курсовых и реферативных работ студентами

**Регистрация контрольных работ**

    Все выполненные в течение учебного года домашние контрольные работы должны сдаваться студентом на заочное отделение. В учебной части эти работы регистрируются в журнале регистрации с указанием даты их поступления и передаются на проверку преподавателю.

Контрольная работа оценивается записью с оценкой, - 5 отлично, 4 – хорошо, 3 – удовлетворительно , 2 – неудовлетворительно, указывается дата проверки и ставится подпись преподавателя. Не зачтенные контрольные работы возвращаются на исправление и затем снова сдаются студентом в учебную часть.

Контрольные работы должны быть выполнены в срок  (в соответствии с учебным планом-графиком) и сданы не позднее недельного срока до экзамена  (зачета) по предмету

Критерии оценки: оценки контрольной работы

* Соответствие содержания теме работы;
* глубина раскрытия поставленных вопросов;
* обоснованность выводов;
* степень участия автора в получении выводов и результатов;
* соответствие оформления установленным требованиям
1. **РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ**

Каждая контрольная работа должна  быть написана в отдельной тетради.  На титульном листе указывается:
1. Номер контрольной работы.
2. Вариант.
3. Полное наименование дисциплины.
4.  Курс обучения.
5. Фамилия, имя, отчество студента (полностью, в родительном падеже).
6. Шифр.
7. Группа.
8. Обратный адрес. (см. приложение 1)

На втором листе приводится план контрольной работы. Задания, условия задач должны быть переписаны полностью в контрольную тетрадь.

**Примерная структура контрольной работы**

  1. Введение (обоснование значимости темы).

  2.  Основная часть (содержание работы).

  3.  Заключение (выводы).

4.  Список литературы.

5. Приложения

* Титульный лист является первой страницей контрольной или курсовой работы.
* Содержание включает введение, основную часть, заключение, список использованных источников и приложения с указанием номеров страниц, с которых начинаются перечисленные элементы.
* Во введении обосновывается актуальность темы контрольной работы, определяются цели и задачи работы. Объем введения 1-2 стр.
* В основной части раскрывается тема контрольной работы. Основная часть содержит ответы на два задания контрольной работы. Объем основной части составляет 80-85% от всего объема работы.
* В заключении содержатся основные выводы и обобщения проделанной работы. Объем заключения 1-2 стр.

    Примерный объем работы - 12 листов. В тетради оставляются поля для замечаний и 1-2 страницы для рецензии преподавателя.
    Контрольная работа должна быть написана аккуратно, разборчивым подчерком.

Если работа предоставлена в печатном варианте, то следует помнить, что:

* Страницы нумеруются
* Рекомендуемый оптимальный объем контрольной работы - 15-20 страниц машинописного текста
* Текст контрольной работы печатается на одной стороне отдельных стандартных листов бумаги (формат А4).
* Размер полей: слева – 1,5 см, справа – 2 см, вверху – 3см, внизу 0-2,5см.
* Шрифт – 14, междустрочный интервал – полуторный.
* В конце работы ставится дата и подпись.
* Подготовка студента к собеседованию по содержанию контрольной работы и по замечаниям, высказанным преподавателем, ведется по получению отзыва, (рецензии) студент обязан просмотреть все замечания преподавателя и ввести в работу соответствующие исправления.
1. **ВАРИАНТЫ И ТЕМЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ**

ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МЕНЕДЖМЕНТ»

**Вариант 1**

Тема: Теоретические основы управления.

1. Природа и сущность управления. Управление как отношение. Управление как развивающаяся система.

2.Основные категории теории управления. Элементы управления, процесс управления, принципы управления, технология управления, функции управления.

3. Особенности менеджмента в земельно-имущественных отношениях.

**Вариант 2**

 Тема: Организация как система.

1. Научные подходы к исследованию организации. Организация как сложная система.

2. Внутренняя среда организации.

3. Внешняя среда организации.

**Вариант 3**

Тема: Миссия и цели организации.

1. Миссия организации: понятие, факторы выработки, цели формулирования.

2. Основные субъекты влияния, определяющие деятельность организации, их учет при формировании миссии.

3. Цели организации: понятие, виды. Иерархия целей. Требования, предъявляемые к целям. Процесс установления целей.

**Вариант 4**

Тема: Принятие решений в организации.

1. Природа процесса принятия решений. Виды решений.

2. Технология принятия решений.

3. Факторы, влияющие на принятие решений в организации.

**Вариант 5**

Тема: Стратегическое планирование как функция менеджмента.

1. Стратегия: понятие, элементы, принципиальные характеристики.

2. Стратегическое планирование: понятие, сущность, функции.

3. Стратегические альтернативы. Выбор стратегии.

**Вариант 6**

Тема: Формы организации в системе менеджмента

1. Понятие и значение организации в менеджменте.

2. Принципы построения организаций.

3. Типы организационных структур и их характеристика.

# **Вариант 7**

Тема: Мотивация деятельности.

1. Мотивация: понятие, сущность. Мотивационный процесс. Мотивация как функция менеджмента.

2. Теории содержания мотивации.

3. Теории процесса мотивации.

**Вариант 8**

Тема: Контроль деятельности подчиненных в организации.

1. Контроль как функция менеджмента. Понятие, виды, формы контроля.

2. Процесс контроля. Характеристики эффективного контроля.

3. Поведенческие аспекты контроля в организации.

**Вариант 9**

Тема: Власть и влияние в организации.

1. Руководство, лидерство, власть и влияние: понятия, сущность. Личностная основа власти и организационная основа власти в организации.

2. Формы влияния и власти.

3. Баланс власти в организации.

**Вариант 10**

Тема: Лидерство в организации.

1. Содержание понятия лидерства в управлении организацией. Лидер и менеджер.

2. Традиционные концепции лидерства.

3. Концепции ситуационного лидерства.

4. Новое в теориях лидерства.

**Вариант 11**

Тема: Организационная культура.

1. Организационная культура: понятие, структура, содержание.

2. Развитие организационной культуры: формирование, поддержание, изменение.

3.Влияние культуры на организационную эффективность. Соответствие организационной культуры принятой стратегии.

**Вариант 12**

Тема: Управление конфликтами в организации.

1. Конфликт: понятие, сущность, структура.

2. Причины конфликтов в организации. Типы конфликтов.

3. Методы управления конфликтами. Последствия конфликтов.

**Вариант 13**

Тема: Коммуникации в управлении организацией.

1. Коммуникации: понятие, сущность, виды. Роль в управлении организацией. Коммуникационный процесс, его элементы и этапы.

2. Преграды в межличностных и организационных коммуникациях. Пути совершенствования системы коммуникаций.

3. Коммуникационные сети.

ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ»

Тема: « Содержание и сущность маркетинга. Структура маркетинговой деятельности»

**Вариант 1**

1. Понятие рынок. Структурные элементы рынка и конъюнктура рынка.
2. Характеристика концепций маркетинга.
3. Отличительные особенности концепции маркетинга и концепции интенсификации коммерческих усилий.
4. Социально-этический маркетинг.

Тема: «Рынок как экономическая основа маркетинга. Сегментация рынка»

**Вариант 2**

1. Сегментирование рынка, критерии сегментирования. Значение и условия сегментирования.
2. Основные критерии сегментации рынка, их характеристика.
3. Объекты маркетинга в торговле , их характеристика.
4. Социально-этический маркетинг

Тема: Субъекты и объекты маркетинга в области земельно-имущественных отношений

**Вариант 3**

1. Субъекты и объекты маркетинга в земельно-имущественных отношениях, их характеристика
2. Виды спроса их характеристика. Задачи маркетинга при каждом виде спроса.
3. Классификация потребностей. Факторы влияющие на потребности потребителей.
4. Субъекты: потребители. Классификация потребителей по различным принципам, их характеристика

Тема: « Окружающая и конкурентная среда маркетинга»

**Вариант 4**

1. Окружающая среда маркетинга
2. Понятие и виды конкуренции
3. Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства.
4. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества

Тема: Товар и товарная политика

**Вариант 5**

1. Жизненный цикл товара.
2. Элементы маркетинговой деятельности на различных стадиях жизненного цикла товара.
3. Классификация цен на товары, их характеристика.
4. Этапы маркетинговых исследований, их результат.

Тема: « Цена и ценовая политика»

**Вариант 6**

1. Классификация цен на товары, их характеристика.
2. Реакции покупателей на изменение цен
3. Особенности формирования свободных розничных цен на рынке недвижимости
4. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними

Тема: «Сбытовая политика»

**Вариант 7**

1. Каналы товародвижения.
2. Характеристика и предпосылки прямого и косвенного вида сбыта продукции и услуг.
3. Система стимулирования сбыта, ее характеристика.
4. Система сбыта

Тема: «Реклама»

**Вариант 8**

1. Основные задачи рекламы. Значение и требования к рекламе
2. Классификация рекламы и ее характеристика. Достоинства и недостатки отдельных средств рекламы.
3. Конъюнктура рынка недвижимости
4. Эффективность рекламы разных видов

Рекомендуемая литература

|  |
| --- |
| 1. [А. Д. Косьмин, Н. В. Свинтицкий, Е. А. Косьмина](http://www.ozon.ru/context/detail/id/6287426/#persons). Менеджмент.-М.:Академия,2011.
 |
| 1. Е. Л. Драчева, Л. И. Юликов. Менеджмент.-М.: Академия, 2010
2. Алексунин В.И. Маркетинг. М., «Дашков и К», 2008
3. Басовский Л.Е. Маркетинг. М., «Инфа-М» 2006
4. Виханский О.С. Менеджмент. М., Экономист , 2008
5. Грибов В.Д. Менеджмент. М., Кнорус, 2007
6. Казначевская Е.В.Менеджмент. М., Феникс,2011
7. Кнышева Е.Н. Менедмент. М., Форум, 2010.
8. Коротков Э. М. Менеджмен.- М., Юрайт, 2011.
9. Е.Л.Драчева,Л.И.Юликов.Менеджмент.Практикум.-М.: Академия,2010.
10. А.Ф.Барышев.Маркетинг.-М.:Академия,2010.
11. Н.М.Мурахтанова, Е.И.Еремина. Макетинг.-М.:Академия,2009.
12. Кошкин Л.И., Соловьев М.М., Кимельман С.А. Земельно-имущественные отношения и недропользование. Основы управления. ВШПП, 2006
13. Прошкина Т.П. Менеджмент. Учебное пособие для СПО, М., Феникс, 2007
14. Попова А.А. Менеджмент. Практикум для СПО. М., Феникс, 2008
15. Райченко А.В. Менеджмент. Учебное пособие. М., Форум, 2007
16. О.С.Виханский А.И.Наумов. Практикум по курсу менеджмент. М., 2002

|  |
| --- |
|  |

 |

 *Дополнительные источники:*

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. М., «Прогресс», 2001
2. Панова Т.И. Маркетинг. Теория, ситуации, тесты. Учебно – методическое пособие. М., «Книга - сервис», 2003
3. ФЗ РФ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38 – ФЗ
4. ФЗ «Закон о защите прав потребителей» (в редакции федеральных законов от 09.01.1996 г. № 2-ФЗ)
5. : www.zemlemer.info

6. Периодические издания:

- Кадастровый вестник

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

(Образец оформления титульного листа)

**Название техникума**

**Контрольная работа**

По учебной дисциплине «Менеджмент и Маркетинг»

Вариант №\_\_\_

Студентки 3 курса

заочной формы обучения

Специальность 21.02.05

Шифр 124005

И.И.Ивановой

Проверил:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (ФИО преподавателя)

«\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2014

Приложение 2

**РЕЦЕНЗИЯ**

на контрольную работу

по предмету \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

на тему\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

выполненную студентом\_\_\_\_\_\_\_курса\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_группы

(Ф. И.О.)

Преподаватель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(ФИО)* *(подпись)*

Дата проверки «\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_\_\_г.

Критерии оценки: оценки контрольной работы

* Соответствие содержания теме работы;
* глубина раскрытия поставленных вопросов;
* обоснованность выводов;
* степень участия автора в получении выводов и результатов;
* соответствие оформления установленным требованиям