

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Мурманский арктический государственный университет»
(ФГБОУ ВО «МАГУ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04 Основы менеджмента и маркетинга

**программы подготовки специалистов среднего звена
21.02.05 Земельно-имущественные отношения**

УТВЕРЖДЕНО

Директор Колледжа ФГБОУ ВО «МАГУ»



_____/ Козлова Н.В./
Ф.И.О.

Мурманск

2022

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
5. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ И ИНВАЛИДОВ	26

«ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **21.02.05 Земельно-имущественные отношения**.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании в рамках реализации программ переподготовки кадров в учреждениях СПО.

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» входит в цикл общепрофессиональных дисциплин учебного плана специальности, устанавливающих базовые знания и навыки, необходимые в будущей профессиональной деятельности выпускника. Эти знания необходимы для более глубокого знакомства с теорией и практикой управления, они знакомят студентов с основами маркетинговой деятельности: рекламой, каналами сбыта услуг, таким особенным товаром, как земля на рынке. Задача дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» - дать основополагающее представление о формальных организациях и об эффективном управлении ими.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины-требования к результатам освоения учебной дисциплины

Рабочая программа дисциплины предполагает изучение основных вопросов, касающихся методов управления современными организациями, знакомит с основными каналами сбыта услуг, рекламными мероприятиями, созданием имиджа фирмы.

В результате освоения учебной дисциплины 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.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **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;

- конъюктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В процессе освоения дисциплины у обучающихся должны формироваться общие компетенции (ОК) и профессиональные компетенции (ПК):

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, необходимую для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать её 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.

Б) Профессиональные компетенции (ПК 1.4, ПК 3.1.), соответствующие основным видам 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.

1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося **171 час**, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **120 часов**,

из них - **50 часов** практические работы;

самостоятельной работы обучающегося **51 час**.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	<i>171</i>
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	<i>120</i>
в том числе:	
теоретическое обучение	<i>70</i>
практические занятия	<i>50</i>
- из них в активных и интерактивных формах проведения занятий	<i>6</i>
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	<i>51</i>
- из них в активных и интерактивных формах	<i>10</i>
в том числе:	
Работа с учебной и специальной литературой, интернетом. Решение практических задач с применением электронного обучения Подготовка к практическим работам	
<i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i>	
Период освоения программы: II курс, 3 и 4 семестры	

Активные и интерактивные формы реализуются в виде *коллективных обсуждений, дискуссий*.
Подготовка к дискуссиям с применением электронного обучения (внеаудиторная работа),
аудиторная работа – дискуссии на заданную тему.

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга»

№ п/п	Наименование раздела, темы	Контактная работа				Всего контактных часов	СР	
		ЛК	ПР		ЛБ		часов	из них в активных и интерактивных формах
			часов	из них в активных и интерактивных формах				
1	Введение	2	-	-	-	2	-	-
2	Основы организационного управления	10	8	-	-	18	10	-
3	Связующие процессы	8	6	2	-	14	6	4
4	Функции управления	12	8	-	-	20	6	-
5	Руководство и обеспечение эффективности деятельности организации	12	8	2	-	20	8	2
6	Основы маркетинга	6	4	-	-	10	5	-
7	Маркетинговые исследования	10	8	2	-	18	6	4
8	Комплекс маркетинга	10	8	-	-	18	10	-
	Экзамен	-	-	-	-	-	-	-
	ИТОГО:	70	50	6	-	120	51	10

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся		Уровень освоения материала
Введение	Содержание учебного материала		
	1	Предмет и функции менеджмента. Основные подходы к определению этого понятия. Основные этапы развития менеджмента.	1
Раздел 1. Основы организационного управления			
Тема 1.1. Основные теории менеджмента	Содержание учебного материала		
	1	Школа научного управления; классическая (административная) школа; школа человеческих отношений и поведенческих наук; количественный подход. Подходы в менеджменте: системный, ситуационный.	1,2

	Практические работы	
	1 Решетка менеджмента Роберта Блейка.	
	Самостоятельная работа обучающегося	
	Изучение моделей управления человеческими ресурсами в японской и американской экономиках	
Тема 1.2. Организации, менеджеры и успешное управление	Содержание учебного материала	
	1 Организация и ее характеристики; составляющие успеха организации. Управленческие уровни. Роль менеджера в организации.	1,2
	Практические работы	
	1 Роль менеджера в организации. Оценка индивидуально – личностных качеств, необходимых руководителю.	
	Самостоятельная работа обучающегося	
	Каково содержание тезиса «организация функционирует в постоянно меняющейся среде». Выводы с управленческой точки зрения?	
Тема 1.3. Современные синтетические теории управления	Содержание учебного материала	
	1 Современные синтетические теории управления. Системный подход	1
	2 Ситуационный подход: внутренняя среда организации, внешняя среда организации	1
	3 Процессный подход. Структура процесса управления	1
Тема 1.4. Социальная ответственность и этика в управлении	Содержание учебного материала	
	1 Социальная ответственность и этика ведения бизнеса.	1,2
	Практические работы	
	1 Оценка индивидуального этического уровня; анализ этических проблем общества.	
	Самостоятельная работа обучающегося	
	Изучить принципы ведения бизнеса, принятые ведущими деловыми кругами мира. Примеры этического поведения в бизнесе.	
Раздел 2. Связующие процессы		
Тема 2.1. Процесс коммуникации и эффективность управления	Содержание учебного материала	
	1 Коммуникационные процессы в организации. Элементы, этапы коммуникационных процессов.	1
	Практические работы	
	1 Деловая игра «Испорченный телефон».	
Тема 2.2. Принятие управленческих решений	Содержание учебного материала	
	1 Управленческие решения, их классификация. Технология принятия решения. Среда принятия решения.	1
	Практические работы	
	1 Деловая игра на коллективный характер принятия решения «Потерпевшие кораблекрушение» («Полет на Луну»).	
	2 Выбор альтернативы методом «Матрицы принятия решений».	
	Самостоятельная работа обучающегося	
	Подготовить ответ на вопрос: Что отличает управленческие (организационные) решения?	
Тема 2.3. Стратегия ведения деловых переговоров	Содержание учебного материала	
	1 Переговоры как средство достижения соглашения.	1

	2	Основные стратегии ведения переговоров	1
Раздел 3. Функции управления			
Тема 3.1. Планирование	Содержание учебного материала		
	1	Цели организации, их классификация, характеристики; целевые стратегии.	1,2
	Практические работы		
	1	Иерархия целей, ее построение методом «Дерева целей».	
Тема 3.2. Организация, взаимодействие и полномочия	Содержание учебного материала		
	1	Организация взаимодействия и полномочия. Делегирование полномочий, ответственность.	1,2
	Самостоятельная работа обучающегося		
	Изучить метод построения «дерева целей»		
Тема 3.3. Построение организаций	Содержание учебного материала		
	1	Организационные структуры, их разновидности.	1
	2	Типы организационных структур	1
	Самостоятельная работа обучающегося		
Перечислить преимущества и недостатки функциональной организационной структуры.			
Тема 3.4. Мотивация	Содержание учебного материала		
	1	Мотивационные процессы. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации	1,2
	Самостоятельная работа обучающегося		
Составить схему соотношения содержательных теорий мотивации			
Тема 3.5. Контроль	Содержание учебного материала		
	1	Управленческий контроль; его виды, этапы проведения контроля.	1,2
Раздел 4. Руководство и обеспечение эффективности деятельности организации			
Тема 4.1. Методы управления	Содержание учебного материала		
	1	Система методов управления. Самоменеджмент. Планирование и организация работы менеджера.	1,2
	Самостоятельная работа обучающегося		
Изучить систему методов управления.			
Тема 4.2. Власть и личное влияние	Содержание учебного материала		
	1	Власть и влияние. Формы власти. Лидерство в организации. Теории лидерства.	1,2
	Самостоятельная работа обучающегося		
По заданным объектам сравнения составить схему «характеристика стилей управления»			
Тема 4.3. Стилль руководства и управления персоналом	Содержание учебного материала		
	1	Стили руководства	1,2
Тема 4.4. Конфликты и стрессы	Содержание учебного материала		
	1	Конфликты и стрессы в организации, их классификация.	1,2
	Практические работы		
1	Оценка уровня конфликтности личности и уровня стрессового состояния.		
Тема 4.5. Организационная культура. Особенности	Содержание учебного материала		
	1	Организационная культура: понятие и содержание	1,2

российской деловой культуры.	2	Российская деловая культура и ее особенности	1,2
	Практические работы		
	3	Итоговая контрольная работа по курсу (1 семестр)	
	Самостоятельная работа обучающегося		
Подготовить ответ на вопрос: «Какие типы организационной культуры можно выделить?»			
Раздел 5. Основы маркетинга			
Тема 5.1. Сущность, содержание и цели маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала		
	1	Введение. Предмет, задачи и содержание курса. Понятие маркетинга, его значение.	1
	2	Сущность маркетинга. Цели маркетинговой деятельности. Сферы применения. Концепция маркетинга услуг. Состояния спроса и формы маркетинга.	1,2
	Самостоятельная работа обучающегося		
Подготовка ответа на вопрос: «В чем сущность концепции социально-этичного маркетинга и почему за ней будущее?»			
Тема 5.2. Функции маркетинга	Содержание учебного материала		
	1	Функции маркетинга	1,2
	Самостоятельная работа обучающегося		
Повторная работа над учебным материалом: характеристика основных функций маркетинга.			
Тема 5.3. Организация маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала		
	1	Основные задачи и функции службы маркетинга. Виды организации маркетинговой деятельности	1,2
Раздел 6. Маркетинговые исследования			
Тема 6.1. Цели, задачи, структура маркетингового исследования	Содержание учебного материала		
	1	Маркетинговая информация. Маркетинговые исследования: понятие, этапы, основные направления. Организация маркетинговых исследований.	1,2
	Практические работы		
	1	Составить анкету на выявление отношения потребителя к услуге на рынке недвижимости.	
Самостоятельная работа обучающегося			
Подготовка ответа на вопрос «Развитие маркетинговых структур в РФ». Сравнение методов исследований по стоимости работ и проч. Сильные и слабые стороны каждого метода			
Тема 6.2. Особенности недвижимости как товара	Содержание учебного материала		
	1	Понятие товара в системе маркетинга. Особенности недвижимости как товара. Жизненный цикл объектов недвижимости	1,2
	Самостоятельная работа обучающегося		
Рассмотреть маркетинговые стратегии по отношению к объекту недвижимости, приближающемуся к стадии «спада». Рассмотреть матрицу бостонской консультационной группы (БКГ).			
Тема 6.3. Изучение и анализ маркетинговой среды и условий рынка	Содержание учебного материала		
	1	Маркетинговая среда. Анализ общей конкурентной ситуации. Изучение маркетинговых действий конкурентов.	1,2

	2	Показатели, характеризующие конкурентоспособность объектов недвижимости. Расчет сводного индекса конкурентоспособности.	1,2
	Самостоятельная работа обучающегося		
	Основные факторы макросреды, которые могут оказать влияние на деятельность организации (фирмы).		
Тема 6.4. Сегментирование объекта недвижимости.	Содержание учебного материала		
	1	Сегментация рынка. Позиционирование товара. Ёмкость рынка недвижимости.	1,2
	Практические работы		1,2
	1	Сегментация объекта недвижимости.	
Раздел 7. Комплекс маркетинга			
Тема 7.1. Товарная политика	Содержание учебного материала		
	1	Классификация услуг. Качество в сфере услуг. Специфические особенности услуг. Развитие видов услуг.	1,2
	2	Система всеобщего управления качеством (TQM). Понятие товарного знака (знака обслуживания). Фирменный стиль. Имидж организации (предприятия).	1,2
	Практические работы		1,2
	1	Международные стандарты качества ИСО–9000. Формирование услуги, отвечающей международным стандартам серии ИСО. Описание и анализ фирменного стиля выбранных организаций С-Петербурга.	
Тема 7.2. Особенности ценовой политики в сфере услуг.	Содержание учебного материала		
	1	Проблемы ценообразования. Методы ценообразования на услуги.	1,2
	Самостоятельная работа обучающегося		
	Составить примерный перечень информации, необходимой для принятия решения по ценам.		
Тема 7.3. Формирование каналов распределения услуг.	Содержание учебного материала		
	1	Понятие распределения в маркетинге услуг. Разработка и реализация сбытовой стратегии и формирования каналов распределения услуг.	1,2
	Самостоятельная работа обучающегося		
	Назовите основные варианты каналов распределения, которыми может воспользоваться фирма.		
Тема 7.4. Маркетинговые коммуникации на рынке услуг	Содержание учебного материала		
	1	Цели и задачи коммуникационной политики. Средства коммуникаций в маркетинге. Реклама. Средства и виды. Требования к рекламе. Рекламная кампания.	1,2
	2	Принципы создания эффективного рекламного сообщения. Отношения с общественностью: «Паблик рилейшнз» (задачи, мероприятия)	1,2
	Практические работы		1,2
	1	Композиция рекламного объявления и расчет средств на рекламу. Оценка эффективности рекламы.	
	2	Итоговая контрольная работа (2 семестр).	
	Самостоятельная работа обучающегося		
	Опишите фирменный стиль выбранного Вами предприятия (организации), перечислите проводимые ей мероприятия ПР.		
	Всего		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Информационное обеспечение обучения

Реализация программы дисциплины требует наличия учебных кабинетов менеджмента и маркетинга.

Оборудование учебных кабинетов:

Кабинет менеджмента

Мебель аудиторная

Доска аудиторная под маркер

Комплект мультимедийного оборудования, включающий мультимедиапроектор, экран

Ноутбук

Точка доступа

MS Office

Kaspersky Anti-Virus

Наборы учебно-наглядных пособий

Обеспечивающие тематические иллюстрации

Кабинет маркетинга

Мебель аудиторная

Доска аудиторная под маркер

Комплект мультимедийного оборудования, включающий мультимедиапроектор, экран

Ноутбук

Точка доступа

MS Office

Kaspersky Anti-Virus

Наборы учебно-наглядных пособий

Обеспечивающие тематические иллюстрации

Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет

Помещение для самостоятельной работы

Мебель

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечения доступа в электронную информационно-образовательную среду

Университета

Kaspersky Anti-Virus;

MS Office

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, нормативно-правовых актов

основная:

Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442203>.

Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426395>.

Астахова, Н. И. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин ; под общей редакцией Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5386-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426417>.

Гапоненко, А. Л. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02049-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433278>.

дополнительная:

Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433399>.

Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433413>.

Михалева, Е. П. Менеджмент : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5662-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431066>.

Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437017>.

Интернет-ресурсы:

<http://www.aup.ru>

Административно-Управленческий Портал - основой AUP.Ru является бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии. Публикации и учебно-методические пособия, форумы и полезные ссылки по экономике, финансам, менеджменту, маркетингу.

<http://www.econline.h1.ru>

Economics online - целью данного проекта является создание коллекции ссылок на ресурсы WWW, предоставляющие экономическую и финансовую информацию бесплатно в режиме онлайн.

<http://economicus.ru>

Economicus.Ru - проект Института "Экономическая Школа". Economicus.Ru - экономический портал, главной целью которого является предоставление качественной информации по самому широкому спектру экономических дисциплин.

<http://ecsocman.edu.ru>

Экономика, Социология, Менеджмент - федеральный образовательный портал. Это некоммерческий проект. Все ресурсы находятся в открытом доступе. Цель портала - выработка новых стандартов организации и информационного обеспечения образовательного процесса на всех уровнях образования. [http://e-](http://e-management.newmail.ru)

[management.newmail.ru](http://e-management.newmail.ru)

сайт содержит электронные публикации (книги, статьи) по вопросам экономики, менеджмента и маркетинга на предприятии. Сайт содержит электронные публикации (книги, статьи) по вопросам экономики, менеджмента и маркетинга на предприятии.

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе опроса, проведения практических занятий, самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
- планировать и организовывать работу подразделения;	Выполнение практических работ
- формировать организационные структуры управления;	Практические задания
- разрабатывать мотивационную политику организации;	Практические задания
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	Практические задания
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;	Практические задания
- учитывать особенности менеджмента в земельно-имущественных отношениях.	Практические задания
- анализировать рынок недвижимости, осуществлять его сегментацию и позиционирование;	Практические задания
- определять стратегию и тактику относительно ценообразования.	Практические задания
Знания:	
- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;	Устный опрос
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям);	Устный опрос
- внешнюю и внутреннюю среду организации;	Практические задания
- цикл менеджмента;	Устный опрос
- процесс принятия и реализации управленческих решений;	Практические задания
- функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;	Письменный контроль
- систему методов управления;	Тестирование
- методику принятия решений;	Практические задания
- стили управления, коммуникации, деловое общение;	Письменный контроль
- сущность и функции маркетинга;	Устный опрос
- конъюктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.	Письменный контроль

Итоговой формой контроля знаний по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» является экзамен.

Контрольные вопросы для экзамена по дисциплине

1. Понятие, сущность и содержание менеджмента.
2. Менеджмент как наука и практика управления. Цели и задачи менеджмента.
3. Эволюция менеджмента как научной дисциплины
4. Общая характеристика процессного, системного и ситуационного подходов к управлению и их отличительные особенности.
5. Характеристика организации как системы. Цели в управлении организацией. Классификация целей и их ранжирование.
6. Основные факторы внешней среды организации и их взаимосвязь
7. Основные факторы внутренней среды организации.
8. Характеристика внутренних ситуационных переменных организации
9. Сущность и понятие организационной структуры управления
10. Основы проектирования организационных структур управления. Этапы процесса проектирования организации.
11. Характеристика линейной и линейно-штабной структуры
12. Функциональная и дивизионная структуры управления
13. Матричная структура управления
14. Понятие и виды коммуникаций в менеджменте.
15. Основные этапы коммуникационного процесса.
16. Методы преодоления коммуникационных барьеров.
17. Понятие и типы коммуникационных сетей.
18. Сущность и виды управленческих решений.
19. Основные стадии и этапы принятия и реализации управленческих решений
20. Модели поведения руководителя при принятии управленческих решений.
21. Методы принятия управленческих решений
22. Характеристика стилей управления.
23. Требования, предъявляемые к менеджеру.
24. Понятие и источники организационных конфликтов. Методы разрешения конфликтов.
25. Понятие стратегического менеджмента, его цели, задачи и функции. Процесс стратегического планирования.
26. Определение понятия маркетинг, его цели, задачи и функции.
27. Основные категории маркетинга.
28. Эволюция маркетинга как научной дисциплины. Концепции маркетинга.
29. Рынок в системе маркетинга, его виды и принципы функционирования.
30. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение.
31. Виды спроса и задачи маркетинга
32. Понятие сегментации и ее роль в деятельности предприятия. Основные принципы сегментации потребительского рынка.
33. Выбор целевых сегментов. Стратегии охвата рынка.
34. Позиционирование товара на рынке.
35. Сущность и виды маркетинговых исследований.
36. Понятие и методы сбора маркетинговой информации.
37. Программа маркетингового исследования и ее составные части.
38. Понятие комплекса маркетинга. Комплекс «4Р» и «7Р».
39. Понятие товара в маркетинге. Основные виды классификации товаров.
40. Процесс разработки новых товаров.
41. Жизненный цикл товаров (ЖЦТ). Разновидности кривых ЖЦТ.
42. Товарный ассортимент и номенклатура продукции.
43. Политика ценообразования предприятия.

44. Факторы, воздействующие на установление цены.
45. Методы ценообразования.
46. Стратегии ценообразования.
47. Понятие и сущность распределения и процесса товародвижения. Процесс разработки сбытовой политики.
48. Каналы распределения: их виды и функции.
49. Коммуникационная политика и ее составляющие
50. Методы продвижения товаров.

Образцы ситуаций для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы обучающегося

Ситуация 1.

Современным специалистам нужны следующие качества.

- 1) Наличие глубоких макроэкономических познаний.
- 2) Детальное знание рынка, законов его развития, специфики и динамики рыночных отношений в России и в других странах.
- 3) Стремление к доскональному освоению узкой специальности, являющейся для конкретного работника основной.
- 4) Свободная ориентация совокупности рыночных отношений, в их взаимозависимости и взаимообусловленности.

Кроме того, обязательны такие качества, как предприимчивость, ответственность, честность, принципиальность, скромность, физическое здоровье.

Вопросы:

- 1) Какими дополнительными качествами надо обладать современному специалисту, чтобы он был на «высоте положения»?
- 2) Какие особые качества необходимы специалисту в России?

Ситуация 2.

Конфликты в коллективе могут стоить менеджеру немалых нервов, фирме - убытков. Поэтому лучше, если руководителю удастся вовремя их распознавать и сделать соответствующие выводы. Признаки конфликтов, как правило, одни и те же:

- дело, над которым работает коллектив, перестает быть общим. Каждый трудится сам по себе. Дружеская помощь оказывается «не в ходу»;
- сотрудники перестают доверять друг другу, делиться рабочими и личными планами;
- во время разговоров сотрудников большое внимание уделяется негативным фактам. Собеседник скорее выскажет замечание в адрес коллеги, чем тепло отзовется о нем.

Каждый из этих признаков - серьезный настораживающий сигнал, но уладить конфликт еще не поздно. Для этого придется чуть-чуть изменить принятый вами режим работы. Например, распределять задания не «тет-а-тет», а на общем собрании, ввести в практику открытый обмен мнениями, регулярное совместное подведение итогов.

Иногда и руководитель, сам того не замечая, может спровоцировать конфликт. Поэтому, прежде чем начинать действовать, проанализируйте собственное поведение. Помните: вам в качестве руководителя недопустимо:

- скрывать какую-либо деловую информацию от своих подчиненных;
- высказывать особое расположение кому-либо из сотрудников;
- безропотно отдавать людей «на растерзание» вышестоящему начальству;
- недооценивать профессионализм своих коллег.

Вопросы:

- 1) Что должен делать менеджер для того, чтобы в коллективе не возникало конфликтных ситуаций?
- 2) Если уж конфликтная ситуация стала реальностью, то как управлять?
- 3) Каковы должны быть ваши действия как менеджера при разрешении конфликта?

Ситуация 3.

В практике менеджмента известны два основных способа руководства людьми: через прямое использование власти или через отказ от нее.

Вопросы:

- 1) какой способ управления сотрудниками фирмы вы полагаете предпочтительным: приказывать или советоваться с подчиненными, как эффективнее решить ту или иную проблему? Поясните свой выбор.
- 2) В чем вы видите преимущества неформального управления по сравнению с директивным?

Ситуация 4.

В российской практике бизнеса все чаще используются различные нововведения в мотивации труда, чтобы сделать его более плодотворным, эффективным. Среди таких инноваций - установление для конкретного работника нестандартного, льготного рабочего режима.

Этот вид мотивации у нас используется пока мало. Тем не менее, он считается одним из эффективных, особенно на малых частных предприятиях, среди лиц таких профессий, как врачи, юристы, преподаватели, управляющие, технические работники, и в сфере обслуживания.

Работники назначают себе рабочие часы по своему усмотрению, лишь бы они устраивали компанию, и их было достаточно, чтобы выполнить требуемую работу. Один трудится с 8 до 16 час, другой - с 12 до 20 час. Если вы справляетесь с работой скорее, ваше дело - идти домой или работать дополнительно. В некоторых компаниях имеется четыре или даже пять смен. Иногда гибкие смены приводят к сокращенной рабочей неделе, обычно четырехдневной, с тремя выходными.

Некоторые компании установили «материнские смены», которые приспособлены к часам посещения школы детьми. Женщина не покидает организацию во время вынашивания и раннего воспитания детей. Многие предприятия дают возможность студентам работать во время «окон» в их учебных расписаниях.

Гибкие смены снижают уклонение от работы, опоздания и текучесть рабочей силы, повышают настроение и производительность труда.

Вопросы:

- 1) Если руководство фирмы предложило бы вам гибкий график трудовой деятельности, как бы вы на это отреагировали и почему?
- 2) Как вы полагаете: в чем интерес руководства компании при предоставлении работникам льготного режима работы?
- 3) Если бы вы были руководителем, то каким образом организовали бы работу по контролю за количеством и результатами труда сотрудников?

Ситуация 5.

Менеджер должен уметь нравиться людям, вызывать у них положительные эмоции. Проанализируйте следующие предложения:

- 1) Выработывайте у себя положительное отношение к своим ближним.
- 2) Относитесь к окружающим с интересом.
- 3) Внимательно слушайте собеседника.
- 4) Пытайтесь поставить себя на место другого.
- 5) Всегда будьте готовы оказать другому помощь.
- 6) Признавайте достижения и сильные стороны других людей, выражая это, например, комплиментами.
- 7) Чаще называйте в разговоре своего собеседника по имени.

- 8) Ведите себя вежливо и корректно по отношению к окружающим.
- 9) Будьте в общении непринужденны и естественны.
- 10) По возможности настраивайтесь на радостный и оптимистический лад.
- 11) Будьте энергичны и уверены.
- 12) Выражайте свои мысли точно и внятно.
- 13) В беседе с окружающими чаще употребляйте местоимения «ты» и «вы», а не «я» и

«мы».

- 14) Критические замечания высказывайте сдержанно и доброжелательно.
- 15) Постоянно повышайте свой образовательный уровень.

Вопросы:

- 1) Что из предложенного вы уже применяете и что намерены использовать в ближайшее время?
- 2) Какие еще соображения в формировании личного «имиджа» представляются вам важными?

Примерные темы дискуссий

1. Менеджмент – это наука или искусство?
2. Значение исторических школ в развитии науки управления
3. Национальные особенности менеджмента
4. Внешняя среда и организация: установление взаимодействия интересов
5. Делегирование задач и полномочий: интересы руководителя и подчиненных
6. Определение понятия «маркетинг». Традиционный и новый маркетинг.
7. Маркетинг в современных условиях и направления его совершенствования.
8. Распределение задач, прав и ответственности в системе управления маркетингом.
9. Определение спроса и доли рынка.
10. Изучение потребителей.

Проведение занятий в интерактивной форме

Интерактивное обучение представляет собой способ познания, осуществляемый в формах совместной деятельности обучающихся, т.е. все участники образовательного процесса взаимодействуют друг с другом, совместно решают поставленные проблемы, моделируют ситуации, обмениваются информацией, оценивают действие коллег и свое собственное поведение, погружаются в реальную атмосферу делового сотрудничества по разрешению проблем.

Интерактивная форма обучения реализуется в виде *коллективных обсуждений, дискуссий.*

Коллективные решения технологических задач по выработке технологических цепочек обработке того или иного вида информации, под которыми понимаются такие технологические решения, которые требуют от обучающихся творчества, поскольку задания имеют несколько подходов, несколько способов выполнения.

Подготовка к обсуждению, дискуссии

Как правило, дискуссии организуются на занятиях или по итогам докладов (сообщений) обучаемых. Активное участие обучаемого в обсуждении (дискуссии) обеспечивается его качественной подготовкой по рассматриваемой теме. Поэтому, предполагая участие в дискуссии, обучающемуся следует изучить не только различные аспекты обсуждаемого вопроса, но и ознакомиться с литературой по теме.

Перечень практических заданий

Задача № 1

По данным, приведенным в таблице определить место продукта № 9 в портфеле фирмы и выбрать стратегическое решение для него из предложенных вариантов:

1. Увеличить объем реализации
2. Уменьшить объем реализации
3. Поддержать дополнительными инвестициями для увеличения относительной доли рынка
4. Исключить из продуктового портфеля

№ продукта	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Показатель									
Темпы рыночного роста	0,86	1,10	1,14	1,30	1,60	1,70	0,60	0,70	0,44
Относительная доля рынка	2,0	1,6	0,7	1,2	1,5	0,1	2,2	1,0	0,5

Задача № 2

По данным, приведенным в таблице определить место продукта № 6 в портфеле фирмы и выбрать стратегическое решение для него из предложенных вариантов:

1. Увеличить объем реализации
2. Уменьшить объем реализации
3. Поддержать дополнительными инвестициями для увеличения относительной доли рынка
4. Исключить из продуктового портфеля

№ продукта	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Показатель									
Темпы рыночного роста	0,86	1,10	1,14	1,30	1,60	1,70	0,60	0,70	0,44
Относительная доля рынка	2,0	1,6	0,7	1,2	1,5	0,1	2,2	1,0	0,5

Задача № 3

По данным, приведенным в таблице, определить место продукта № 5 в портфеле фирмы и выбрать стратегическое решение для него из предложенных вариантов:

1. Увеличить объем реализации
2. Уменьшить объем реализации
3. Поддержать дополнительными инвестициями для увеличения относительной доли рынка
4. Исключить из продуктового портфеля

№ продукта	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Показатель									
Темпы рыночного роста	0,86	1,10	1,14	1,30	1,60	1,70	0,60	0,70	0,44
Относительная доля рынка	2,0	1,6	0,7	1,2	1,5	0,1	2,2	1,0	0,5

Задача № 4

По данным, приведенным в таблице, определить место продукта № 8 в портфеле фирмы и выбрать стратегическое решение для него из предложенных вариантов:

1. Увеличить объем реализации
2. Уменьшить объем реализации
3. Поддержать дополнительными инвестициями для увеличения относительной доли рынка
4. Исключить из продуктового портфеля

№ продукта	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Показатель									
Темпы рыночного роста	0,86	1,10	1,14	1,30	1,60	1,70	0,60	0,70	0,44
Относительная доля рынка	2,0	1,6	0,7	1,2	1,5	0,1	2,2	1,0	0,5

Задача № 5

Рассчитать:

1. прирост объема реализации услуг (ΔR)
2. прирост прибыли (ΔPr)
3. годовой (текущий) экономический эффект в результате внедрения дополнительных платных услуг в гостинице (Δm)

Исходные данные

Виды услуг	Планируемое кол-во услуг ед.изм.(Q)	Цена за 1 ед. услуги (P) ед.изм.	Прибыль на 1 руб. услуг (R r) ед.изм.	Текущие затраты на мероприятия ед. изм.(C)
Заказ международного телефонного разговора	2500	25	0,25	1500
Отправка вещей в химчистку	400	15	0,15	1500
Доставка в номер СМИ, завтрак и т.д.	1200	5	0,2	-
Упаковка вещей	300	15	0,12	600

Задача № 6

Рассчитать экономический эффект и рентабельность управленческого решения от проведения рекламной кампании. Затраты на рекламу 9400 д.е. Торговая рентабельность по реализации товара и услуг 20%. Данные о реализации до принятия управленческого решения (УР) и после, приведены в таблице:

Период учета	Число дней учета	Товарооборот (д.е.)	Среднедневной оборот (д.е.)
До проведения рекламы	10	70	7

После проведения рекламы	15	157,5	10,5
--------------------------	-----------	--------------	-------------

Задача № 7

Руководитель предприятия реализовал управленческое решение по изменению функциональных обязанностей и сокращению одного работника, увеличив материальное вознаграждение другим работникам за выполнение дополнительных функций.

Требуется определить экономическую эффективность управленческого решения косвенным методом сопоставления различных вариантов управленческих воздействий.

Исходные данные (за 1 месяц в д.е.)

Этапы работы	Общая цена реализации	Общие затраты	Прибыль
До реализации УР	2,592	2,074	
После реализации УР	2,722	2,054	

Задача № 8

Руководитель отдела маркетинга принял управленческое решение о расширении формы оплаты за услуги в виде лизинга (в качестве лизингодателя выступала сама фирма). Реализация стала опережать финансовое пополнение расчетного счета. И тогда главный руководитель компании принял решение о создании постоянной и временной частей рабочего персонала.

Оценить эффективность принятых управленческих решений методом сравнения по конечным результатам.

Исходные данные (за 1 месяц в д.е.)

Наименование управленческого решения	Общая цена реализации	Общие затраты	Прибыль
Организация лизинговой формы оплаты	8,051	8,234	
Организация постоянной и временной частей персонала	8,051	6,537	

Задача № 9

В компании было принято решение о начале работ по реализации нового проекта. В рамках данного решения руководитель компании выделил финансовые ресурсы, персонал и технику, а также определил время реализации.

Общие данные в таблице:

Состояние ресурсов	Финансы (д.е.)	Персонал (кол-во человек)	Оргтехника комплекты (в шт.)
Приоритет ресурса в проекте	1,2	1	1,1
Выделено (план)	200	16	9

Использовано (факт)	220	13	8
---------------------	------------	-----------	----------

Требуется оценить экономическую эффективность принятого решения по реализации проекта. Оценку провести методом по непосредственным результатам деятельности по каждому задействованному ресурсу.

Задача № 10

Рассчитать:

1. прирост объёма реализации услуг (ΔR)
2. прирост прибыли (ΔPr)
3. годовой (текущий) экономический эффект ($\mathcal{E}(m)$) от сдачи клиентам гостиницы в прокат предметов длительного пользования.

Исходные данные

Наименование предмета (аренда)	(t) Время использования	(P) Цена использования в 1 ед. t (д.е.)	Среднее время использования ед.изм.	Количество предметов проката (Q)	Прибыль на 1 рубль реализации (д.е.)	Годовая сумма реализации (д.е.)
Музыкальный центр	1 час	200	2.400	3	0,28	40,8
Вентилятор	1 сутки	20	1.500	40	0,2	-
Аренда конференц-зала	1 час	150	1.950	1	0,23	310,1

Задача № 11

Рассчитать:

1. прирост объёма реализации (ΔR)
2. прирост прибыли (ΔPr) от реализации сопутствующих товаров в гостиничном сервисе.
3. годовой (текущий) экономический эффект с учетом привлечения на работу дополнительного работника с з/п = 14,5 тыс.рублей и отчислениях страховых взносов в ПФР, ПСС, ТФОМ, ФФОМ в размере 34 %.

Исходные данные

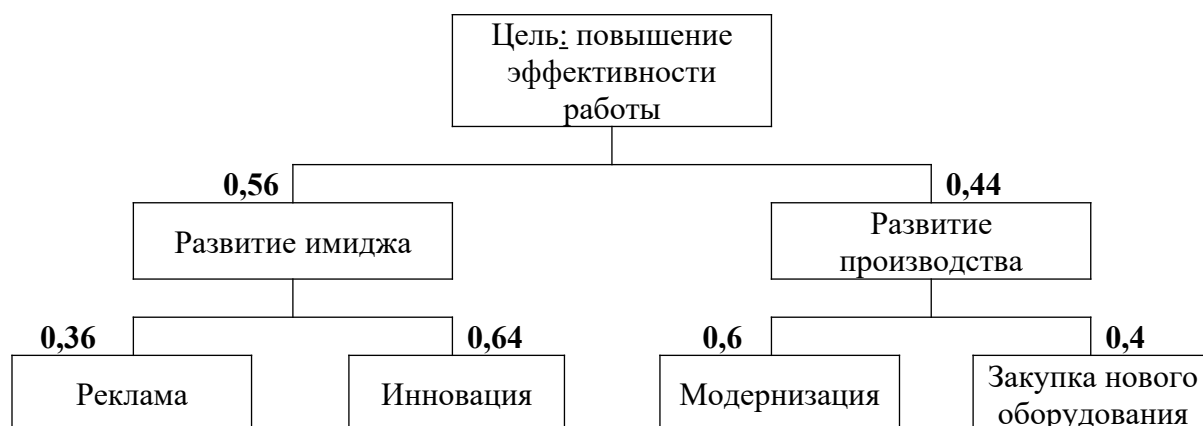
Сопутствующие товары	Ожидаемый объём реализации, ед.	Закупочная цена 1 ед. товара ед.изм.	Торговая наценка (%)	Прибыль на 1 рубль выручки ед.изм
А	20 000	43	20	0,3
Б	15 400	187	25	0,1
В	4 700	1 300	15	0,2

Задача № 12

Оценить по «Дереву решений» эффективность отдельных путей развития гостиничного комплекса. Обосновать выбор стратегий развития методом ранжирования всех действий с точки зрения достижения поставленной цели, заполнив таблицу:

Направление действий	Расчёты эффективности направлений по «Дереву решений»	Ранг
Развитие рекламы		
Разработка нового вида услуг		
Закупка нового оборудования		
Модернизация технологии		

Схема «Дерево решений»



Задача №13

Провести сравнительный анализ новых проектов и выбрать наиболее выгодный для фирмы по следующим исходным данным:

Показатели	Проекты	
	А	Б
Цена за 1 ед. (P)	18 д.е.	60 д.е.
Переменные показатели на 1 ед. в среднем (AVC)	12 д.е.	30 д.е.
Постоянные затраты (FC)	120 тыс.д.е.	210 тыс.д.е.
Ожидаемый объём продаж (Q)	20 тыс. (шт)	9 тыс. (шт)

Для принятия управленческого решения о выборе предпочитаемого проекта рекомендуется:

1. определить точку безубыточности
2. маржу для каждого продукта.

Задача № 14

В течение года фирмой изготовлено семь одинаковых изделий. При этом затраты на рабочую силу и материалы постоянно возрастали, что привело к разным фактическим затратам на производство каждого из изделий:

Номер изделия	1	2	3	4	5	6	7
Затраты, тыс. руб	10	12	14	16	18	21	23

В течение года были проданы изделия 1,3,5,6. На начало года запасов продукции не было. Определите себестоимость реализованной продукции и стоимость запасов на конец года, если фирма использует методы:

- индивидуальной оценки;
- ФИФО;
- ЛИФО;
- оценки по средней себестоимости.

Задача № 15

Имеются следующие данные: реализация продукции фирмы «А»:

Год	Объем реализации, руб.	Общая себестоимость, руб.	Прибыль, руб.
1	124000	100000	
2	300000	280000	
3	510000	480000	
4	720000	680000	
5	950000	900000	
6	927000	720000	
7	595000	560000	
8	325000	250000	
9	250000	225000	
10	225000	180000	

Постройте кривую жизненного цикла рассматриваемого товара, изобразив при этом кривые объема продаж и прибыли. Выделите этапы жизненного цикла, которые прошел товар за рассматриваемый период, исходя из текущего изменения объема продаж и прибыли, обозначьте их графически.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Оценка "5" ставится, если студент:

- 1) Показывает глубокое и полное знание и понимание всего объема программного материала; полное понимание сущности рассматриваемых понятий, явлений и закономерностей, теорий, взаимосвязей;
- 2) Умеет составить полный и правильный ответ на основе изученного материала; выделять главные положения, самостоятельно подтверждать ответ конкретными примерами, фактами; самостоятельно и аргументировано делать анализ, обобщения, выводы. Устанавливать межпредметные (на основе ранее приобретенных знаний) и внутрипредметные связи, творчески применять полученные знания в незнакомой ситуации. Последовательно, чётко, связно, обоснованно и безошибочно излагать учебный материал; давать ответ в логической последовательности с использованием принятой терминологии; делать собственные выводы; формулировать точное определение и истолкование основных понятий, законов, теорий; при ответе не повторять дословно текст учебника; излагать материал литературным языком; правильно и обстоятельно отвечать на дополнительные вопросы учителя. Самостоятельно и рационально использовать наглядные пособия, справочные материалы, учебник, дополнительную литературу, первоисточники; применять систему условных обозначений при ведении записей, сопровождающих ответ; использование для доказательства выводов из наблюдений и опытов;
- 3) Самостоятельно, уверенно и безошибочно применяет полученные знания в решении проблем на творческом уровне; допускает не более одного недочёта, который легко исправляет по требованию учителя; имеет необходимые навыки работы с приборами, чертежами, схемами и

графиками, сопутствующими ответу; записи, сопровождающие ответ, соответствуют требованиям.

Оценка "4" ставится, если студент:

1) Показывает знания всего изученного программного материала. Даёт полный и правильный ответ на основе изученных теорий; незначительные ошибки и недочёты при воспроизведении изученного материала, определения понятий дал неполные, небольшие неточности при использовании научных терминов или в выводах и обобщениях из наблюдений и опытов; материал излагает в определенной логической последовательности, при этом допускает одну негрубую ошибку или не более двух недочетов и может их исправить самостоятельно при требовании или при небольшой помощи преподавателя; в основном усвоил учебный материал; подтверждает ответ конкретными примерами; правильно отвечает на дополнительные вопросы преподавателя.

2) Умеет самостоятельно выделять главные положения в изученном материале; на основании фактов и примеров обобщать, делать выводы, устанавливать внутриспредметные связи. Применять полученные знания на практике в видоизменённой ситуации, соблюдать основные правила культуры устной речи и сопровождающей письменной, использовать научные термины;

3) Не обладает достаточным навыком работы со справочной литературой, учебником, первоисточниками (правильно ориентируется, но работает медленно). Допускает негрубые нарушения правил оформления письменных работ.

Оценка "3" ставится, если студент:

1) усвоил основное содержание учебного материала, имеет пробелы в усвоении материала, не препятствующие дальнейшему усвоению программного материала;

2) материал излагает фрагментарно, не всегда последовательно;

3) показывает недостаточную сформированность отдельных знаний и умений; выводы и обобщения аргументирует слабо, допускает в них ошибки.

4) допустил ошибки и неточности в использовании научной терминологии, определения понятий дал недостаточно четкие;

5) не использовал в качестве доказательства выводы и обобщения из наблюдений, фактов, опытов или допустил ошибки при их изложении;

6) испытывает затруднения в применении знаний, необходимых для решения задач различных типов, при объяснении конкретных явлений на основе теорий и законов, или в подтверждении конкретных примеров практического применения теорий;

7) отвечает неполно на вопросы учителя (упуская и основное), или воспроизводит содержание текста учебника, но недостаточно понимает отдельные положения, имеющие важное значение в этом тексте;

8) обнаруживает недостаточное понимание отдельных положений при воспроизведении текста учебника (записей, первоисточников) или отвечает неполно на вопросы преподавателя, допуская одну-две грубые ошибки.

Оценка "2" ставится, если студент:

- 1) не усвоил и не раскрыл основное содержание материала;
- 2) не делает выводов и обобщений.
- 3) не знает и не понимает значительную или основную часть программного материала в пределах поставленных вопросов;
- 4) или имеет слабо сформированные и неполные знания и не умеет применять их к решению конкретных вопросов и задач по образцу;
- 5) или при ответе (на один вопрос) допускает более двух грубых ошибок, которые не может исправить даже при помощи преподавателя.

5. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ И ИНВАЛИДОВ

Содержание профессионального образования и условия организации обучения в ФГБОУ ВО «МАГУ» студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья определяются адаптированной образовательной программой (при необходимости), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Обучение по образовательной программе среднего профессионального образования студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в ФГБОУ ВО «МАГУ» с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких лиц.

В ФГБОУ ВО «МАГУ» созданы специальные условия для получения образования студентами (слушателями) с ограниченными возможностями здоровья.

Под специальными условиями для получения среднего профессионального образования студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких лиц, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего студентам (слушателям) необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания ФГБОУ ВО «МАГУ» и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ лицами с ограниченными возможностями здоровья.

В целях доступности получения образования студентам (слушателям) с ограниченными возможностями здоровья ФГБОУ ВО «МАГУ» обеспечивается:

- для слушателей с ограниченными возможностями здоровья по слуху услуги сурдопереводчика и обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- для студентов (слушателей), имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия обеспечивают возможность беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения ФГБОУ ВО «МАГУ», а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Образование студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими студентами (слушателями), так и в отдельных

группах. Численность лиц с ограниченными возможностями здоровья в учебной группе устанавливается до 15 человек.

С учетом особых потребностей студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья ФГБОУ ВО «МАГУ» обеспечивается предоставление учебных, лекционных материалов в электронном виде.

С учетом особых потребностей студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена возможность обучения по индивидуальному плану.