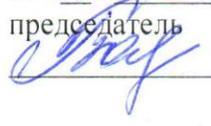


Министерство образования и науки Красноярского края
краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Красноярский аграрный техникум»

РАССМОТРЕНО:

На заседании цикловой комиссии
экономико-правовых дисциплин
протокол № 7
от «13» 01 2022 г.
председатель комиссии
 С.И. Путинцев

УТВЕРЖДЕНО:

Протокол заседания методического
совета № 3
от «14» 01 2022 г.
председатель
 Т. М. Тимофеева

Методические указания
по выполнению контрольной работы
по дисциплине **«Основы менеджмента и маркетинга»**
для студентов 1 курса заочной формы обучения
специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения»

преподаватель: Л.Ю. Путинцева

Красноярск, 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	3
СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	4
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ	6
ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	7
ВОПРОСЫ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ	11
ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	12

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальностям СПО: 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.

Целью изучения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является формирование теоретических знаний в области менеджмента и маркетинга, приобретение практических навыков выполнения основных функций менеджмента, овладение методами менеджмента, ознакомление с механизмом принятия решений и оценкой их эффективности, представления о концепциях маркетинга и практическом овладении инструментами маркетинга для реализации миссии компании.

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.
- использовать матрицу принятия решений, принимать эффективные решения в конкретной ситуации.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- 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;
- конъюнктуру рынка недвижимости, динамику спроса и предложения на соответствующем рынке с учетом долгосрочных перспектив.
- формы построения взаимоотношений с сотрудниками, технику личной работы руководителя, стили управления.
- виды рисков – предпринимательский, коммерческий, финансовый; методику оценки капиталовложений и выбор наименее рискованного варианта.

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Теория менеджмента

Тема 1.1. Сущность и характерные черты современного менеджмента

Понятие менеджмента. Предмет и задачи. Этапы развития менеджмента. Характерные черты каждого этапа.

Сущность и характерные черты современного менеджмента. Особенности менеджмента в сфере земельно-имущественных отношений.

Тема 1.2. Основные функции современного менеджмента

Понятие организации деятельности. Цели организации. Принципы организации: дифференциация, рациональность, кооперация, стандартизация.

Планирование: понятие, цели, принципы: точность, непрерывность, гибкость, экономичность и другие. Стратегическое (долгосрочное) и тактическое (1-3 года) планирование. Бизнес – план как основа эффективности бизнеса.

Мотивация к деятельности: понятие, методы мотивации: поощрение и наказание. Материальная, моральная и социальная мотивация работника.

Контроль деятельности: понятие, виды, цели. Основа контроля: планирование деятельности. Методы контроля: выбор параметров контроля, учет, наблюдение, сравнение. Использование результатов контроля – корректировка планов, деятельности. Требования к контролю: систематичность, комплексность, действенность, гласность, экономичность.

Раздел 2. Технология менеджмента

Тема 2.1. Организационные структуры управления предприятием

Понятие организационной структуры управления. Признаки эффективной организационной структуры управления. Факторы влияния.

Виды организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, адаптивная, множественная структуры управления предприятием. Сущность, преимущества и недостатки.

Тема 2.2. Система методов управления

Организационно-распорядительные методы (организационно-административные)

Экономические методы управления

Социально-психологические методы управления

Тема 2.3 Процесс принятия и реализации управленческих решений

Понятие управленческого решения. Черты управленческих решений. Классификация управленческих решений. Три стадии управленческих решений. Американский социолог М. Рубинштейн о принятии управленческих решений (10 правил).

Три стадии процесса принятия и реализации решения: постановка проблемы и установление ее масштабов и причин; составление плана решения, доведение решения до конкретных исполнителей с последующим контролем выполнения решений.

Понятие методов принятия решений. Экспертные, не экспертные, психологические методы. Коллективные и индивидуальные методы.

Тема 2.4 Стили управления, коммуникации, деловое общение

Стили управления: авторитарный, демократический, либеральный, ситуационный стили управления. Достоинства и недостатки.

Понятие коммуникации в управлении. Процесс коммуникации как совокупность этапов передачи управленческой информации. Коммуникационные сети: горизонтальные, вертикальные, диагональные.

Понятие делового общения. Правила делового общения. Этапы и фазы. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров.

Раздел 3. Теория маркетинга

Тема 3.1. Сущность и функции маркетинга

Маркетинг: сущность, основные виды, цели. Маркетинговые концепции. Функции маркетинга.

Рынок как условие и экономическая основа маркетинга. Рынок в маркетинге, Потребительский рынок и рынок хозяйствующих субъектов. Состав внутренней и внешней среды организации, ее влияние на деятельность.

Раздел 4. Практический маркетинг

Тема 4.1. Маркетинговые исследования рынка

Анализ рынка как инструмент исследования рынка. Понятие анализа рынка, цели, задачи, способы. Задачи: сегментация рынка (в т.ч. рынка недвижимости), позиционирование товара (в т.ч. недвижимости), анализ конкурентной среды.

Наблюдение за рынком как инструмент исследования рынка. Понятие наблюдения за рынком, в том числе рынком недвижимости. Отслеживание динамики спроса и предложения и другой конъюнктуры.

Прогнозирование рынка недвижимости. Составление прогноза долгосрочных перспектив в развития рынка недвижимости на основе динамики спроса и предложения.

Тема 4.2. Разработка стратегий

Понятие маркетинговой стратегии. Стратегии относительно ценообразования, товарные стратегии. Применение.

Тема 4.3. Реализация стратегий

Понятие товарной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.

Понятие ценовой политик. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.

Понятие коммуникационной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.

Понятие сбытовой политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций сферы земельно-имущественных отношений.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

По дисциплине предусмотрено две контрольных работы. Контрольная работа №1 выполняется на 1 курсе во 2 семестре и включает разделы по менеджменту. Контрольная работа №2 выполняется на 2 курсе в 3 семестре и включает разделы по маркетингу.

Контрольная работа включает два теоретических вопроса и ситуационную задачу. При ответе на теоретические вопросы следует приводить примеры из практики работы организации, в которой трудится студент, статистические данные по РФ, а также использовать нормативные правовые документы в области управленческих отношений.

Студентам необходимо в развернутой форме, аргументировано и по возможности с примерами ответить на теоретические вопросы. Уместно провести сравнительный анализ известных подходов к данной теме (задаче), общую характеристику вопроса (темы, задачи). Из сравнительного анализа и общей характеристики логически обосновываются возможные варианты решения (трактовки, выработка предложений и пр.).

При решении ситуационной задачи необходимо проанализировать ее условия, произвести анализ возможных подходов и методов решения, обосновать выбранный метод (методику, алгоритм) и подробно описать рассуждение и полученное решение.

Требования к оформлению контрольной работы:

Структура контрольной работы:

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Основная часть
4. Заключение
5. Литература

Работа выполняется в машинописном виде на одной стороне белого листа формата А4. Поля размером 3 см слева, снизу, сверху и справа 1,5 см. Шрифт Times New Roman, кегль 12 либо 14, выравнивание текста по ширине, 1,5 интервал (межстрочный), красная строка 1,25 см, автоматическая расстановка переносов. Все листы контрольной работы, кроме титульного, должны быть пронумерованы в нижней части листа по центру. Титульный лист и содержание включаются в общую нумерацию страниц без проставления номера страницы. Форма титульного листа и листа рецензии размещена на сайте.

Объем работы должен составлять не более 10-15 страниц.

На последней странице работы студенту необходимо поставить подпись и дату ее выполнения.

Номер варианта в контрольной работе определяется по порядковому номеру обучающегося в списке группы (например, номер по списку 1, 11, 21 – вариант 1). Списки находятся на сайте, в разделе заочного обучения.

ВАРИАНТЫ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Вариант 1

1. Сущность менеджмента. Этапы развития менеджмента.
2. Экономические и организационно-распорядительные методы управления.

Ситуационная задача. Ирина, одна из ассистенток директора предприятия, она неоднократно оканчивала курсы повышения квалификации, чтобы иметь комплексное представление о деятельности предприятия. После очередной стажировки она вернулась, чтобы занять пост референта директора.

Ирина работает с рвением, согласовывает с Вами каждый свой шаг по всем проблемам, выполняет все поручения и проявляет повышенный интерес к усовершенствованию работы. Директор отдает себе отчет в том, что она еще не достигла совершенства в работе референта и часто проявляет несостоятельность перед определенными проблемами.

Вопросы:

1. Следует ли применять меры наказания к Ирине?
2. Какие методы управления будут действенны для повышения эффективности работы Ирины?

Вариант 2

1. Понятие делового общения. Правила делового общения. Этапы и фазы. Факторы повышения эффективности делового общения.
2. Стратегическое управление организацией.

Ситуационная задача. В вашем подчинении работает сотрудник, который несколько перерос свою должность. Из-за ряда объективных причин его карьерный рост не возможен, но при этом доход данного сотрудника достаточно высок, есть также комиссионные. Найдите пути дополнительной мотивации такого сотрудника.

Вариант 3

1. Планирование, как функция управления. Стратегическое планирование.
2. Методы принятия управленческих решений.

Ситуационная задача. Основная задача менеджера – повышение прибыли, получаемой компанией. Однако в настоящее время все большее значение приобретают социальная ответственность менеджера перед обществом, его конкретные действия, обеспечивающие решение социальных проблем, стоящих перед страной. В связи с этим существуют две позиции. Сторонники одной позиции считают, что социальные проблемы должно решать государство, а бизнес - только «делать деньги». Они обосновывают свою позицию тем, что действия в социальной области ведут к снижению прибылей компании, ухудшению ее конкурентоспособности, росту издержек, которые в последующем ведут к росту цен (наноса ущерб потребителям) и другим отрицательным последствиям. Сторонники другой позиции считают, что бизнесмены имеют перед обществом моральные обязательства, и предпринимаемые ими действия, способствующие решению социальных проблем, могут оказать большую пользу предпринимателям, повысить их имидж в обществе и быть неплохой рекламой.

Вопросы

1. Чью позицию вы разделяете и почему?
2. Должен ли, по вашему мнению, предприниматель в современной России выполнять

социальные обязательства перед страной и в каких формах?

3. Будет ли ему в конечном итоге это выгодно (в том числе в финансовом отношении)? Если выгодно, то почему?

4. В каких формах социальная поддержка может осуществляться российским бизнесом: в масштабах фирмы? в масштабах региона, страны?

Вариант 4

1. Организация, как функция управления. Виды организационных структур.

2. Стили руководства. Лидерство и власть.

Ситуационная задача. Выделите из приведенных факторов и условий развития организации те, которые относятся к ее внутренней среде и составляют содержание ее основных элементов (ресурсов, структуры, культуры):

1. Привлечение и удержание квалифицированных специалистов.
2. Увеличение доли компании на рынке.
3. Внедрение новых информационных технологий в управление компанией.
4. Создание сплоченной управленческой команды.
5. Привлечение долгосрочных стратегических инвестиций.
6. Изменение типа, уровня и интенсивности конкуренции.
7. Повышение качества обслуживания клиентов.
8. Контроль экономии на затратах.
9. Развитие корпоративной культуры.
10. Создание эффективной системы для обмена информацией внутри компании

Вариант 5

1. Стили управления. Понятие коммуникации в управлении.

2. Разделение труда и функциональный подход в менеджменте.

Ситуационная задача. В вашем коллективе работают следующие сотрудники:

1. Ольга – старший мастер, 30 лет. Очень подвижный человек, который постоянно куда-то торопится, бежит, появляется то там, то здесь. Когда она беседует с кем-то, то постоянно меняет позу, вертит что-то в руках, отвлекается, разговаривает сразу с несколькими людьми. Ее легко заинтересовать всем новым, но она сравнительно быстро остывает. Преобладающее настроение – веселое, бодрое. На вопрос: «Как дела?» – отвечает с улыбкой: «Очень хорошо», - хотя иногда оказывается, что дела и на работе и в личной жизни не так уж хороши. Про свои достижения радостно объявляет всем: «Вот, начальник цеха опять похвалил». Огорчений не скрывает, рассказывает о них, но всегда бодро добавляет: «Это как-то случайно получилось...»; «Это можно исправить». Иногда огорчается, даже плачет, но недолго. Быстро успокаивается и снова смеется. Несмотря на живость и непоседливость, ее легко дисциплинировать, она охотно прислушивается к советам, старается их выполнить. В делах, особенно в трудных, проявляет большую энергию и заинтересованность, крайне работоспособна. Легко сходится с новыми людьми. Ее охотно слушают в коллективе, считают хорошим человеком. Быстро привыкает к новым требованиям.

2. Виктор – бухгалтер, 36 лет. Спокоен, малоразговорчив. Окружающие говорят, что он глуповат, но он работает хорошо: никогда не делает ошибок в расчетах. Обычно не ссорится. Единственная ссора была связана с тем, что однажды, когда он был в отпуске, его стол был вынесен из кабинета и заменен новым. После возвращения из отпуска он в резкой форме потребовал вернуть стол. Требование было удовлетворено, и он упокоился. Сослуживцы считают, что он очень увлечен работой, так как забывает об обеде и не ходит в столовую. Главный бухгалтер уважает его за аккуратность и добросовестность в работе, но

говорит, что Виктор необыкновенно упрям, и заставить его выполнить работу, которую он не хочет делать, невозможно.

3. Валерия – менеджер, 38 лет. Это безгранично увлекающаяся натура. Часто берет работу не по силам, до крайности подвижна. Она в любую минуту готова сорваться с места и «лететь» в любом направлении. Валерия вспыльчива. Задание понимает сразу, но в работе делает много ошибок из-за торопливости и невнимательности. Она очень инициативна. Всех «засыпает» вопросами. Очень любит, когда ее хвалят и ставят в пример, на критику сердится и может сорваться, а на тех, кто критикует, затаивает злобу.

Вопросы:

1. Какие основные потребности этих людей согласно пирамиде Маслоу?
2. Какими способами Вам следует удовлетворять их потребности?

Вариант 6

1. Структурный и процессный подходы к управлению.
2. Мотивация и мотивационный процесс. Теории мотивации.

Ситуационная задача. Вы работаете менеджером в средней по размеру компании. В руководимом вами трудовом коллективе имеется неформальный лидер, который имеет более продолжительный, чем у вас, опыт работы в данной сфере деятельности, стаж его работы превышает ваш почти в два раза. Кроме того, он умеет выслушать других сотрудников, многие идут к нему за советом, а не к вам. Вы наметили в ближайшее время расширить сферу деятельности компании, провести некоторые изменения в структуре управления. Неформальный лидер, как Вам сообщили, против предстоящих перемен.

1. Разработайте стратегию взаимодействия менеджера и неформального лидера.
2. Выберите одну из альтернатив поведения менеджера:
 - Уволить несогласного лидера;
 - Проигнорировать его мнение;
 - Привлечь на свою сторону;
 - Прочее (обосновать).

Вариант 7

1. Контроль, как функция управления.
2. Организационная культура.

Ситуационная задача. Возможна ли настоящая дружба между руководителем и подчиненным? Привести аргументы за и против. Представьте, что к вам в подчинение поступает человек, который ранее работал на должности такого же уровня, как и ваша. Чем может быть вызван такой переход и каковы ваши действия?

Вариант 8

1. Внешняя среда и внутренняя среда организации.
2. Стратегический менеджмент. SWOT-анализ.

Ситуационная задача. Сотрудник постоянно уклоняется от ответственности, переспрашивает, как следует выполнять текущую работу, но в результате все делает весьма старательно. Сотрудник работает в компании более полугода.

Вопросы.

1. Чем может быть вызвана эта ситуация?
2. Каковы Ваши действия?

Вариант 9

1. Принятие управленческих решений. Этапы принятия решений. Методы принятия решения.
2. Характеристика организационных структур управления.

Ситуационная задача. Представьте производственную ситуацию когда:

1. один из ваших подчиненных ошибочно, в связи с недостаточным опытом, упустил крупную операцию;
2. другой – аналогичную сделку заключил, получив за это вознаграждение от поставщика.

В первом случае компания упустила существенную выгоду, в другом – получила значительную прибыль.

Опишите вашу (как руководителя) реакцию и действия в первой и второй ситуации.

Вариант 10

1. Система методов управления.
2. Управленческий контроль: формы и средства реализации.

Ситуационная задача. Перечень качеств, которыми должен обладать современный руководитель, включает:

1. Компетентность в избранной сфере деятельности.
2. Способность эффективно действовать в условиях рынка, знать менеджмент, маркетинг, уметь обеспечивать при любых рыночных ситуациях оптимальные хозяйственные результаты.
3. Способность организовывать, координировать, направлять и контролировать деятельность подчиненных.
4. Нравственные качества: честность, правдивость, скромность, высокая требовательность к себе и к другим, развитые чувства долга и ответственности.
5. Умение самостоятельно и своевременно принимать оптимальное решение, добиваться исполнения его подчиненными.
6. Знание человеческой психологии, способов деловой коммуникации, умение формировать коллектив с высоким потенциалом.
7. Стремление к наиболее рациональному распределению функций между собой и сотрудниками, объективная оценка результатов своей и сотрудников деятельности.
8. Справедливость во взаимоотношениях с подчиненными, умение завоевывать их доверие, создавать в коллективе благоприятный психологический климат.
9. Умение стратегически мыслить, предугадывать тенденции развития рынка, организовывать свою работу и работу сотрудников с учетом перспективы.
10. Постоянное обновление собственных знаний, поддержание их в соответствии с растущими потребностями общества.
11. Забота о повседневных нуждах работников, их здоровье и работоспособности.

Вопросы:

1. Согласны ли вы с перечнем качеств, которыми должен обладать менеджер?
2. Какими, на ваш взгляд, дополнительными качествами должен обладать руководитель-управленец?
3. Имеются ли какие-либо специфические требования к менеджеру, действующему в условиях российской действительности?

ВОПРОСЫ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ

по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

1. Сущность менеджмента. Роли менеджеров в организации.
2. История возникновения и развития менеджмента.
3. Характеристика научных школ управления.
4. Функции менеджмента.
5. Внешняя среда организации.
6. Факторы среды прямого и косвенного воздействия на организацию.
7. Внутренняя среда организации.
8. Структура организации.
9. Цели и задачи менеджмента.
10. Внутриорганизационные процессы.
11. Культура организации.
12. Сущность стратегического управления.
13. Этапы стратегического управления.
14. Миссия организации.
15. Типы стратегий бизнеса.
16. Особенности личности.
17. Личность и ее структура.
18. Темперамент.
19. Типы характера.
20. Причины конфликтов в организации.
21. Последствия конфликтов.
22. Методы управления конфликтами.
23. Правила поведения в конфликте.
24. Сущность и классификация конфликтов.
25. Власть и ее источники.
26. Лидерство. Лидерские качества.
27. Стили управления.
28. Стадии развития группы.
29. Особенности и классификация групп.
30. Признаки трудового коллектива.
31. Виды решений. Этапы принятия решений.
32. Методы принятия решения.
33. Мотивация и мотивационный процесс.
34. Теории мотивации.
35. Сущность делегирования.
36. Коммуникации в организации.
37. Этапы коммуникационного процесса.
38. Преграды в организационных коммуникациях.
39. Этапы делового общения.
40. Правила ведения деловой беседы.
41. Управленческий контроль, его цели и задачи.
42. Виды управленческого контроля.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основные источники:

1. Коротков Э.М. Менеджмент. Учебник для СПО. – М.: Юрайт, 2019.
2. Михалёва Е.П. Маркетинг. Учебное пособие для СПО. – М.: Юрайт, 2019.

Дополнительные источники:

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск: Высшая школа, 2010. – 524 с.
2. Алексунин В.А. Маркетинг: Учебник – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 200с.
3. Басовский Л. Е. Менеджмент: Учебное пособие. - М.: ИНФРА - М, 2009.
4. Белоусова, С. Н. Маркетинг: учебное пособие по специальностям экономики и управления / С. Н. Белоусова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 381 с.
5. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н. В. Борушко. - Минск: БГТУ, 2012. - 306 с.
6. Вершигора Е. Е. Менеджмент. Учебное пособие, - М. ИНФРА - М-2007.
7. Виханский О. С. Стратегическое управление: Учебник. - 2-е изд. Перераб. И доп. - М.: Гардарики, 2009.
8. Годин, А. М. Маркетинг: учебник для экономических вузов по направлению "Экономика" и специальности "Маркетинг" / А. М. Годин. – Москва: Дашков и К°, 2010. – 671 с.
9. Драчева Е. Л., Юликов Л. И. Менеджмент: Учебное пособие, - М.: Мастерство, 2009.
10. Дурович, А.П. Маркетинг: курс интенсивной подготовки: [учебное пособие] / А. П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2010. – 253 с.
11. Ильенкова С. Д., Кузнецов В. И. «Основы менеджмента»: Учебное пособие. - М.: МЭСИ, 2009.
12. Казначевская Г. Б. Менеджмент. Учебник. Гриф МО РФ, 2014 г.
13. Казущик, А. А. Основы маркетинга: учебное пособие / А. А. Казущик. - Минск: Беларусь, 2011. - 246 с.
14. Кнышова Е. Н. «Менеджмент»: Учебное пособие, - М.: ИД «Форум»: ИНФРА М, 2009.
15. Косьмин А. Д, Свинтицкий Н. В., Косьмина Е. Учебник: А.Менеджмент. Учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования, 2013 г.
16. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. - Москва [и др.]: Вильямс, 2012. - 488 с.
17. Мастенбрук У. Управление конфликтными ситуациями и развитие организации. М., 2009.
18. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. - М.: Дело, 2009.
19. Руденко В. И. Менеджмент: конспект лекций: Изд. 6-е, Ростов н/Д: Феникс, 2010.
20. Румянцева З. П. «Менеджмент организации». Учебное пособие, - М.: ИНФРА- М. 2010.
21. Сухов В.Д. Учебник. Основы менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях, 2013 г.