

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный аграрный университет»

факультет
«Управления и развития сельских территорий»
кафедра
(Технологии управления)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент и маркетинг»

основной профессиональной образовательной программы

Направление подготовки бакалавра
35.03.05 САДОВОДСТВО

Тип образовательной программы
академический бакалавриат

Формы обучения
очная заочная

Санкт-Петербург

2020

Авторы:

старший преподаватель



(подпись)

Киселева Т.М.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры иностранных языков и культуры речи от 14 мая 2020 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой



(подпись)

Донец Н.Ю.

СОГЛАСОВАНО:

Зав. библиотекой



(подпись)

Позубенко Н.А.

Начальник отдела
технической поддержки
Центра
информационных
технологий



(подпись)

Чижиков А.С.

СОДЕРЖАНИЕ

с.

1 Цели освоения дисциплины.....	4
2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
3 Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	5
4 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	6
5 Содержание дисциплины, структурируемое по темам (разделам) с указанием отведенных на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	9
7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	11
8 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	11
9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	14
10 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	14
11 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	15
12 Особенности реализации дисциплины в отношении лиц из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья..	17

1 Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «*Менеджмент и маркетинг*» является формирование базовых представлений у студентов о содержании, специфике, принципах и инструментах управленческой деятельности и развитие основных практических умений в сфере общего менеджмента а также понимания роли маркетинга в рыночной экономике.

Указываются цели освоения дисциплины, соотнесенные с общими целями ОП ВО.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина «*Менеджмент и маркетинг*» участвует в формировании следующей компетенции:

- 1) ОПК-6. Способен использовать базовые знания экономики и определять экономическую эффективность в профессиональной деятельности;

Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
ИД-1ОПК-6 Определяет экономическую эффективность возделывания плодовых, овощных, декоративных, лекарственных культур и винограда

В результате освоения компетенции (ОПК -6) обучающийся должен:

знать: теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики; принципы принятия и реализации экономических и управленческих решений; основы теории и практики современного маркетинга;

уметь: определять финансовые результаты деятельности предприятия; применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории; собирать, обрабатывать и использовать экономическую и маркетинговую информацию для исследования и сегментирования рынков; применять маркетинговые методы анализа для принятия управленческих решений; использовать инструменты маркетинговых коммуникаций на сельскохозяйственных рынках.

владеть: методами менеджмента и методами проведения маркетинговых исследований.

3 Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

3.1¹ Для изучения данной дисциплины «Менеджмент и маркетинг» необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

1) Экономическая теория:

Знания:

- теоретические основы функционирования рыночной экономики;

Умения:

- применять экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории;

Навыки:

- методами управления технологическими процессами при производстве продукции растениеводства, отвечающей требованиям стандартов и рынка.

2) Психология:

Знания:

- нравственные обязанности человека;

Умения:

- самостоятельно анализировать социально-политическую и научную литературу;

Навыки:

- навыками общего и профессионального общения на иностранном языке.

3.2 Перечень последующих учебных дисциплин, практик, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

1) *Экономика и организация садоводства.*

¹ Требования к предварительной подготовке обучающихся

4 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы / 108 часов.

Виды учебной деятельности ²	№ семестра 7			№ семестра 8			Всего, часов		
	ОФО	ЗФО	ОЗФО	ОФО	ЗФО	ОЗФО	ОФО	ЗФО	ОЗФО
Общая трудоемкость	108	-	-	-	-	108	108	-	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в т.ч.	36	-	-	-	-	36	36	-	36
<i>Лабораторные работы</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа обучающихся	72	-	-	-	-	72	72	-	72
Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет	зачет	экзамен	экзамен	зачет	зачет		зачет

5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

№ раздела	Название раздела (темы)	Содержание раздела	Код формируемой компетенции	Вид учебной работы
1	2	3	4	5
1	ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА	1. Понятия «менеджмент» и «управление». 2. Понятие «организация». 3. Система менеджмента в организации. 4. Основные функции менеджмента. 5. Методы менеджмента. 6. Виды менеджмента	ПК-13	Л ПР
2	СОДЕРЖАНИЕ И СПЕЦИФИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	1. Профессия «менеджер». 2. Компетенции и имидж менеджеров. 3. Роли менеджеров.	ПК-13	Л ПР

² таблица заполняется в часах

	МЕНЕДЖЕРА	4. Национальные особенности менеджмента.		
3	ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	1. Целеполагание и планирование. 2. Внешняя среда организации. 3. Основные виды планирования. 4. Принципы эффективного планирования.	ПК-13	Л ПР
4	ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МЕНЕДЖЕРА	1. Принципы организационной деятельности. 2. Организационная структура. 3. Организационные полномочия. 4. Базовые типы организационных структур.	ПК-13	Л ПР
5	МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА	1. Основные определения теории мотивации. 2. Содержательные теории мотивации. 3. Процессуальные теории мотивации.	ПК-13	Л ПР
6	УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ	1. Понятие управленческого контроля. 2. Виды управленческого контроля. 3. Принципы эффективного контроля.	ПК-13	Л ПР
7	ЛИДЕРСТВО В МЕНЕДЖМЕНТЕ	1. Понятие власти и лидерства. 2. Личностный подход к лидерству. Теория черт. 3. Поведенческий подход к лидерству. 4. Ситуационный подход к лидерству. 5. Модель лидерства Ицхака Адизеса.	ПК-13	Л ПР
6	ПОНЯТИЕ, ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА. КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА.	1. Становление развитие маркетинга как научной и прикладной дисциплины. 2. Формирование отраслевых направлений маркетинга. 3. Виды маркетинга по отношению к рынку. 4. Типы маркетинга по характеру спроса. 5. Основные концепции маркетинг	ПК-13	Л ПР
7	ПОНЯТИЕ РЫНКА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА. ТИПЫ РЫНКОВ И ИХ ОСОБЕННОСТИ. С/Х РЫНКИ.	1. Потребительский рынок, рынок предприятий, рынок промежуточных продавцов, рынок госучреждений и другие типы рынков. 2. Виды и особенности с/х рынков.	ПК-13	Л ПР
8	ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ. АНАЛИЗ РЫНОЧНЫХ	1. Сущность, цели и задачи процесса управления маркетингом. 2. Место маркетинга в иерархии целей фирмы. 3. Функции управления маркетингом, и их взаимосвязь и	ПК-13	Л ПР

	ВОЗМОЖНОСТЕЙ.	взаимодействие. 4. Аналитическая функция, сегментирование рынка и выбор целевых сегментов, позиционирование товара. 5. Организация службы маркетинга.		
--	---------------	---	--	--

**6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы,
необходимой для освоения дисциплины**

Основная учебная литература:

1) Менеджмент : учебник для прикл. бакалавриата : по направлению подгот. 100700 "Торговое дело" квалификация (степень) "Бакалавр", "Магистр" / Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова; под общ. ред. Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. - Москва : Юрайт, 2014. - 422 с. - (Бакалавр. Прикладной курс) (Выбор вузов России. 2013). - Кн. доступна в электрон. библио. системе biblioonline.ru. - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9916-3761-9 : 458-82.

2) Баринов, В. А. Теория менеджмента : учебник для студ. вузов, обучающихся по направлению подгот. 080200.62 "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр") : соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту 3-го поколения / В. А. Баринов. - Москва : Инфра-М, 2014. - 204 с. - (Высшее образование - бакалавриат). - На обл. и тит. л.: Электронно-библиотечная система znanium.com. - Библиогр. в конц гл. - ISBN 978-5--16-006009-5 (print) : 349-91.

3) Маслова, Е.Л. Менеджмент : учебник / Е.Л. Маслова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 333 с. : табл., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02414-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452863>

4) Герчигова, И.Н. Менеджмент : учебник / И.Н. Герчигова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 510 с. : табл., схемы - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01095-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114981>.

5) Маркетинг : основной курс, практикум и наглядные пособия : учеб. пособие для вузов / М. В. Москалев [и др.] ; под ред. М. В. Москалева. - СПб. : Проспект науки, 2009. - 215 с. - ISBN 978-5-903-090-24-2 : 470-00.

6) Басовский, Л. Е. Маркетинг : учебник для студ. высш. учеб. заведений, обучающихся по направлению 080500 "Менеджмент" : соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту 3-го поколения / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИнфраМ, 2014. - 299 с. - (Высшее образование - бакалавриат). - На тит. л. и обл.: Электронно-библиотечная система znanium.com. - Библиогр.: с. 294. - ISBN 978-5-16-009580-6 :

7) Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент = Marketing management / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 14-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2015. - 800 с. : табл. - (Классический зарубежный учебник). - Библиогр. : с. 742-800. - ISBN 978-5-496-00177-9 : 1086-72.

Дополнительная учебная литература:

1) Гусаров, Ю. В. Теория менеджмента : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений, обучающихся по направлению 080200 "Менеджмент" (квалификация (степень) - "бакалавр") : соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту 3-го поколения / Ю. В. Гусаров, Л. В. Гусарова. - Москва : Инфра-М, 2014. - 262 с. - (Высшее образование - бакалавриат). - На тит. л. и обл.: Электронно-библиотечная система znanium.com. - ISBN 978-5-16-005526-8 : 319-8.

2) Блинов, А.О. Теория менеджмента : учебник / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 304 с. : табл., схем., граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02404-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452815>. Электронный ресурс

3) Понуждаев, Э.А. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение : учебное пособие / Э.А. Понуждаев, М.Э. Понуждаева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - Кн. 1. - 661 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3721-0 ; То же [Электронный ресурс] - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271807>.

4) Понуждаев, Э.А. Теория менеджмента: история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение : учебное пособие / Э.А. Понуждаев, М.Э. Понуждаева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - Кн. 2. - 434 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3722-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271808>.

5) Донец, Н.Ю. Теория менеджмента: методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине / Н.Ю. Донец ; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, Министерство сельского хозяйства РФ, Кафедра менеджмента в АПК. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2015. - 36 с. : табл., схем. ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364307>. Электронный ресурс

6) Самоменеджмент: Учебно-практическое пособие по дисциплине «Теория менеджмента» для обучающихся по направлению 38.03.02. «Менеджмент» / С.В. Позднякова, Н.Ю. Донец, П.В. Поздняков, В.А. Морозов ; Министерство сельского хозяйства РФ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования, Кафедра менеджмента в АПК. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2015. - 55 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364361>.

7) Маркетинг : учебник для вузов / под ред. Н. П. Ващекина. - 3-е изд.,

Примечание [ПЗ1]:

перераб. и доп. - М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2004. - 311с. - ISBN 5-88103-130-X : 188-76.

8)Нуралиев, С.У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 362 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02115-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453290>

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

- 1) библиографическое описание электронного ресурса
- 2) библиографическое описание электронного ресурса

8 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине представлен в приложении к рабочей программе по дисциплине «*Менеджмент и маркетинг*».

Пример 1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и самостоятельного изучения разделов дисциплины (по разделу 8).

Задание 1. Запишите названия типов потребностей человека, составляющих пирамиду иерархии потребностей, предложенную А. Маслоу. Приведите примеры потребностей. Потребности какого уровня (каких уровней) побуждают вас учиться в вузе? Объясните свое мнение.

Задание 2. Прочитайте мини-кейсы и укажите, какие типы потребностей (по классификации А. Маслоу), побуждали героев действовать описанным образом.

№	Ситуации
1	2
1	В первые дни своего пребывания на необитаемом острове Робинзон Крузо с риском для жизни нырял к затонувшему кораблю, чтобы достать уцелевшие оружие, одежду и припасы. Впоследствии, прожив на острове несколько лет, он тратил много времени и сил на то, чтобы научиться выращивать пшеницу и разводить домашних животных.
2	К моменту своего знакомства с туземцем Пятницей Робинзон Крузо уже вполне научился обходиться без помощи других людей, добывать себе пищу и даже строить жилище. Тем не менее, он прилагал большие усилия к тому, чтобы Пятница стал его другом и научился говорить по-английски.

3	<p>Наталья всегда мечтала быть корреспондентом. К моменту окончания с отличием факультета журналистики, ее портфолио насчитывало более тридцати статей, рассказов и очерков. Одна работа даже завоевала приз престижного конкурса. После окончания университета Наталья устроилась в редакцию очень крупной и известной газеты. Однако на первое время ей предложили должность редактора небольшой рубрики. Писать не давали, да на это просто не оставалось времени. Наталья отлично справлялась со своими обязанностями, и была на хорошем счету у руководства. Однако «первое время» затянулось на два года. Из разговора со своим шефом Наталья поняла, что в ближайшие несколько лет ей не предоставят место корреспондента. Через две недели Наталья уволилась из престижного издания и устроилась корреспондентом в небольшую газету. Теперь ей приходится много писать, много ездить по стране. Работа отнимает почти все время. Статьи Натальи не раз отмечались читателями, как самые интересные и острые. По-видимому, в ближайшие три-четыре года Наталью не ожидает какое-либо серьезное служебное продвижение. Однако по ее словам, она еще никогда не чувствовала себя такой счастливой.</p>
---	---

Вопросы к итоговому контролю (зачет) по дисциплине «*Менеджмент и маркетинг*»

1. Как классифицируются научные направления менеджмента?
2. В чем состоит вклад в научный менеджмент Ф. Тейлора?
3. В чем состоит вклад в науку об управлении А. Файоля?
4. В чем состоит вклад в науку об управлении П. Друкера?
5. Дайте общую характеристику гуманитарного направления менеджмента.
6. Объясните сущность системного подхода к менеджменту.
7. Объясните сущность ситуационного подхода к менеджменту.
8. Объясните сущность процессного подхода к менеджменту.
9. Назовите российских ученых, внесших вклад в развитие менеджмента в России.
10. Что такое «менеджмент»?
11. Дайте определение понятию «управление».
12. Кого можно называть менеджером?
13. Какие уровни управления организацией вы знаете?
14. Перечислите основные функции менеджмента.
15. Назовите методы менеджмента.
16. Приведите примеры видов менеджмента исходя из отраслевой и функциональной специфики.
17. В чем состоят различия понятий «предприниматель» и «менеджер»?
18. Перечислите основные компетенции менеджеров.
19. Приведите примеры требований, предъявляемых к имиджу менеджера.
20. Перечислите роли менеджеров по Г. Минцбергу.

21. В чем состоят основные различия японского и американского менеджмента?
22. Что представляют собой коммуникации в организации?
23. Перечислите основные элементы коммуникационного процесса.
24. Перечислите основные свойства информации.
25. Дайте характеристику вертикальным и горизонтальным коммуникациям.
26. Назовите основные элементы типового плана организации.
27. Что называют миссией организации? Приведите пример формулировки миссии.
28. Какие виды планов формируются в организациях?
29. Перечислите принципы эффективного планирования.
30. Что такое организация, как объект (система)?
31. Перечислите основные элементы внутренней среды организации.
32. Перечислите различия бюрократических и адаптивных организаций.
33. Дайте характеристику линейной организационной структуры управления.
34. Дайте характеристику функциональной организационной структуры управления.
35. Дайте характеристику дивизиональной организационной структуры управления.
36. Дайте характеристику проектно-матричной организационной структуры управления.
37. Что такое мотивация?
38. Как потребности влияют на поведение человека?
39. Перечислите виды потребностей в соответствии с иерархией А. Маслоу.
40. Какие потребности выделил в качестве ключевых Д. МакКлелланд?
41. Какие факторы Ф. Герцберг назвал мотиваторами?
42. Что означает термин «валентность» в модели мотивации В. Врума?
43. В чем, на ваш взгляд, состоят преимущества модели В. Герчикова перед другими изученными моделями мотивации?
44. Что представляет собой контроль, как функция менеджмента?
45. Что такое масштаб допустимых отклонений?
46. Что представляет собой предварительный контроль? Зачем он осуществляется?
47. Перечислите принципы эффективного контроля.
48. Что такое лидерство?
49. Какими компетенциями, качествами и чертами характера должен обладать лидер?
50. В чем различия автократичного и демократичного стилей управления?
51. Какими параметрами описывается ситуация в модели Ф. Фидлера?
52. Какие РАЕI-коды в модели И. Адизеса соответствуют лидерству?
53. Сущность, цели и задачи маркетинга. Формирование отраслевых направлений маркетинга.
54. Виды маркетинга по отношению к рынку.
55. Типы маркетинга по характеру спроса.

55. Основные концепции маркетинга.
56. Понятие рынка в маркетинге. Типы рынков и их особенности.
57. Характеристики спроса по типам рынков и их значение в маркетинге.
58. Виды рынков сельскохозяйственной продукции и их характеристика.
59. Характеристики рынка предприятий, организаций, государственных органов.
60. Особенности спроса на продукцию со стороны предприятий.
61. Сущность и процесс исследования.
62. Виды маркетинговых исследований.
63. Система маркетинговой информации и ее источники.
64. Маркетинговая среда фирмы. Ее системообразующие факторы, их общая характеристика.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные технологии:

- 1) презентации лекционного материала с помощью MS Power Point 2010

Программное обеспечение:

- 1) Лицензионное программное обеспечение:
 - MS Windows 10 Prof
 - MS Office 2007

Информационные справочные системы:

- 1)ЭБС «Университетская библиотека»
- 2) ЭБС «Лань»

10 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническую базу для проведения лекционно-практических занятий «Менеджмент» составляют:

- аудитория, пригодная в техническом, санитарно-эксплуатационном плане для проведения занятий и оборудованная для работы с видео и/или презентационной техникой;
- презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук);
- обеспечение доступа к основным коммуникациям связи;
- рабочее место преподавателя;

- рабочие места студентов.

11 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную работу с преподавателем (работа на лекциях и практических занятиях) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям) работу обучающегося.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» выступают лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а так же самостоятельная работа обучающихся. Теоретические занятия (лекции) организуются по потокам. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к зачету, а также самостоятельной научной деятельности.

Цель практических занятий: приобретение практических навыков в области реализации основных управленческих функций, овладение технологиями эффективного решения управленческих задач.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. При изучении дисциплины на практических занятиях используются различные кейс технологии активизирующие учебный процесс, такие как :

- метод ситуационного анализа;
- ситуационные задачи и упражнения;
- кейс-стади (анализ конкретной ситуации);
- игровое проектирование;
- метод ситуационно- ролевых игр;
- метод дискуссии.

Метод ситуационного анализа позволяет решить одновременно три педагогические задачи:

- подчинить учебный процесс управляющему воздействию преподавателя;
- обеспечить включение в активную учебную работу обучающихся;
- наладить обратную связь, установить постоянный контроль за процессом усвоения знаний и качеством обучения.

Данный метод активного обучения способствует формированию у обучающихся целого комплекса положительных деловых качеств и характеристик, которые влияют на формирование личности зоотехника адекватных современным требованиям:

- готовность принять на себя ответственность за деятельность группы;
- способность правильно организовать работу в группе и распределять роли;
- умение преодолевать сопротивление окружающих;
- умение вести свою линию, осуществляя аргументацию;
- умение находить причины и источники критических ситуаций;
- способность выдвигать и формировать идеи предложения и проекты;
- готовность идти на рассчитанный риск и принимать нестандартные решения; способность предвидеть последствия предпринятых шагов, и решений;
- умение ценить и продуктивно использовать рабочее время.

Метод ситуационного упражнения (задачи) позволяет усвоить знания, профессиональные навыки и умения на основе деятельности в условиях, приближенных к реальному производству.

Основной целью использования технологии **кейс-стади (анализ конкретной ситуации)** является повышение эффективности обучения, а также создание мотивации путем стимулирования профессионального интереса обучаемых к учебному процессу.

Кейс-стади позволяют:

- овладеть навыками и приемами всестороннего анализа ситуации из сферы профессиональной деятельности;
- оперативно принимать решения;
- отработать умение востребовать дополнительную информацию.
- правильно формулировать вопросы;
- приобретать навыки применения теоретических знаний на практике
- приобретать навыки вербализации
- вырабатывать умение осуществлять презентацию;
- отрабатывать навыки конструктивного критического оценивания точки зрения других;
- развивать умение самостоятельно принимать решения на основе группового анализа ситуации;
- овладеть практическим опытом извлекать пользу из своих и чужих ошибок, опираясь на данные обратной связи.

Метод ситуационно- ролевых игр заключается в том, чтобы в виде инсценировки создать перед аудиторией правдивую управленческую

ситуацию и затем дать обучающимся возможность оценить поступки и поведение участников игры.

Данный метод позволяет:

- проводить обучение через действие;
- позволяет усвоить знания и навыки;
- позволяет выработать умение оценивать предпосылки поведения других людей;
- позволяет освоить и закрепить разнообразные модели поведения.

Метод дискуссии – это обмен мнениями по какому-то вопросу в соответствии с правилами процедуры.

В ходе учебной дискуссии развиваются навыки убеждения, умение вести свою линию. Умение отказываться от собственных ошибочных суждений, научиться уважать иные точки зрения.

Целью самостоятельной работы обучающихся является формирование способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их критическому анализу, поиску новых и неординарных решений, аргументированному отстаиванию своих предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссий. Самостоятельная работа заключается в изучении отдельных тем по заданию преподавателя по рекомендуемой им учебной литературе и включает:

- подготовку к устному опросу, блиц- опросам;
- ознакомление с литературой по дисциплине;
- составление терминологического словаря;
- подготовку к выступлениям, докладам, сообщениями по тематике, рекомендованной преподавателем;
- подготовку кейсов и видеоматериалов по рекомендованным преподавателем темам;
- подготовку к деловым играм;

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося. Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к лекционным и практическим занятиям соответствует тематическому плану рабочей программы и представлен в ФОС дисциплины.

12 Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производится с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Согласно требованиям, установленным Минобрнауки России к порядку реализации образовательной деятельности в отношении инвалидов и лиц с ОВЗ, необходимо иметь в виду, что:

1) инвалиды и лица с ОВЗ по зрению имеют право присутствовать на занятиях вместе с ассистентом, оказывающим обучающемуся необходимую помощь;

2) инвалиды и лица с ОВЗ по слуху имеют право на использование звукоусиливающей аппаратуры.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при промежуточной аттестации;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);

- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении промежуточной аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность прохождения испытания промежуточной аттестации (зачета, экзамена, и др.) обучающимся инвалидом может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи испытания, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

- продолжительность подготовки обучающегося к ответу, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ОВЗ Университет обеспечивает выполнение следующих требований при проведении аттестации:

а) для слепых:

- задания и иные материалы для прохождения промежуточной аттестации оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистентом;

- при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

- задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по их желанию испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистентом;

- по их желанию испытания проводятся в устной форме.

О необходимости обеспечения специальных условий для проведения аттестации обучающийся должен сообщить письменно не позднее, чем за 10 дней до начала аттестации. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации). При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.