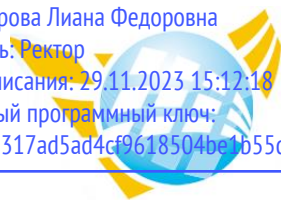


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Уварова Лиана Федоровна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 29.11.2023 15:12:18  
Уникальный программный ключ:  
b6686bbd317ad5ad4cf9618504be1b55d4c225d407106f8746fee51f8322643a



**Частное образовательное учреждение  
высшего образования  
БАЛТИЙСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ  
ИНСТИТУТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**

**КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.В.11 ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент  
Направленность (профиль) образовательной программы:  
управление проектами

Квалификация выпускника  
Бакалавр

Форма обучения

очно-заочная

Санкт-Петербург  
2022

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Экономика и управление организацией», относящейся к дисциплинам блока Б1 в части, формируемой участниками образовательных отношений, студентам очной, очно-заочной и заочной формам обучения по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Рабочая программа составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2020 № 59449.

**Составитель:** канд.экон.наук, доц. Розанова С.К.

Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры  
15.06.2022 г., протокол №10

Одобрено учебно-методическим советом вуза  
15.06.2022 г., протокол № 6.

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Цель** – приобретение знаний принципов и методов формирования и функционирования организаций как сложно организованных систем, действующих в агрессивной и динамично меняющейся рыночной среде, а также навыков использования этих знаний при решении конкретных практических задач с учетом специфики российского рынка.

### **Задачи:**

- ознакомление с теоретическими и прикладными профессиональными знаниями и умениями в области развития форм и методов экономического управления предприятием в условиях рыночной экономики с учетом передового отечественного и зарубежного опыта;
- приобретение навыков самостоятельного инициативного и творческого использования теоретических знаний в практической деятельности.
- освоение методов планирования и организации экономической деятельности предприятий;
- изучение механизма управления и моделирования производственных и социально-экономических процессов.

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

В результате освоения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.2 Способен обосновывать экономические решения в различных областях жизнедеятельности
ПК-1. Способен выявлять организационно-управленческие проблемы на уровне подразделения организации, проектной группы, предприятий малого бизнеса и находить их решения	ПК-1.1 Способен выявлять организационно-управленческие проблемы на уровне подразделения организации, проектной группы, предприятий малого бизнеса ПК-1.2 Способен анализировать причины выявленных отклонений и находить пути их устранения
ПК-3. Способен оценивать воздействие макроэкономической и институциональной среды на функционирование организаций, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение экономических агентов на отдельных рынках и в отдельных отраслях	ПК-3.1 Способен оценивать воздействие макроэкономической и институциональной среды на функционирование организаций ПК-3.2 Способен выявлять и анализировать рыночные и специфические риски ПК-3.3 Способен анализировать поведение экономических агентов на отдельных рынках и в отдельных отраслях
ПК-4. Способен использовать финансовые инструменты для инвестирования и финансового планирования	ПК-4.1 Производит расчеты финансово-экономических показателей деятельности организации ПК-4.2 Анализирует результаты деятельности организации с применением методов анализа производных финансовых инструментов для принятия управленческих решений

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Экономика и управление организацией» относится к дисциплинам блока Б1 в части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина «Экономика и управление организацией» в силу занимаемого ей места в ФГОС ВО, ООП ВО и учебном плане по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент предполагает взаимосвязь с другими изучаемыми дисциплинами.

В качестве «входных» знаний дисциплины «Экономика и управление организацией» используются знания и умения, полученные обучающимися при изучении дисциплин «Экономическая теория», «Управление человеческими ресурсами», «Теория организации».

Дисциплина «Экономика и управление организацией» может являться предшествующей при изучении дисциплин «Производственный менеджмент», «Логистика».

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	в семестре
			5
<b>Общая трудоемкость по учебному плану</b>	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<i>Аудиторные занятия (контактная работа обучающихся с преподавателем)</i>		<b>16</b>	<b>16</b>
Лекции (Л)		8	8
Практические занятия (ПЗ)		8	8
<i>Самостоятельная работа (СР) без учета промежуточного контроля</i>		<b>56</b>	<b>56</b>
<i>Вид контроля: контрольная работа, зачет</i>			

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

##### 5.1. Содержание дисциплины по разделам

##### Разделы дисциплины и виды занятий

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеауд. работа СР
			Л	ПЗ	С	
1.	Введение в дисциплину		1			4
2.	Организация как основной элемент рыночной экономики	5		1		4
3.	Основные виды предпринимательской деятельности	6	1	1		4
4.	Объединения организаций	6	1	1		4
5.	Внешние и внутренние факторы, влияющие на деятельность организации	5	1			4
6.	Организационно-правовые формы организаций	5	1			4
7.	Основные средства организации	5		1		4
8.	Оборотные средства организации	5	1			4
9.	Финансы организации	5	1			4
10.	Персонал как особый вид ресурса организации	5		1		4
11.	Система управления организацией	6		1		5
12.	Маркетинг в деятельности организации	6	1			5
13.	Инновационный потенциал организации	6		1		5

14.	Жизненный цикл организации	7	1	1	5
<b>Всего</b>		<b>72</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>56</b>
<i>Вид контроля: контрольная работа, зачет</i>		<b>0</b>			
<b>Итого:</b>		<b>72</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>56</b>

**Содержание дисциплины, структурированное по разделам, и формы текущего контроля**

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Введение в дисциплину	Основным элементом экономики страны выступает организация, которая по действующему российскому законодательству является субъектом хозяйственного права, в то время как предприятие рассматривается в качестве «имущественного комплекса», используемого ею для предпринимательской деятельности. Данное положение отражает реалии экономической жизни, поскольку в основе создания и развития имущественных комплексов лежат решения юридических лиц-организаций. Изучение экономики организации включает в себя рассмотрение места и положения организации во внешней среде, порядка ее создания и функционирования, объективных факторов, обуславливающих «совокупность законов и правил» ее развития, всех видов ресурсов (средств) организации, механизма управления данным объектом. Таким образом, описывается модель организации как хозяйствующего субъекта вне зависимости от областей и сфер ее функционирования.	О, Д, ДЗ
2.	Организация как основной элемент рыночной экономики	Организации являются основным элементом рыночной экономики, поскольку именно они создают продукты, которыми оперирует рынок. Организацией является и банк, и магазин, и перевозчик. Таким образом, прежде всего необходимо организации классифицировать. В качестве оснований классификации организаций рационально принять те, которые наиболее значимы для понимания сущности происходящих в них экономических процессов. Исходя из этого, рассматриваются организационно-правовые формы, размеры (малые, средние, крупные), направления деятельности или, иначе области активности организаций. В последнем случае наряду с традиционным разделением организаций по видам предпринимательства (производственному, торговому /коммерческому/, финансовому и интеллектуальному), целесообразно рассматривать их место в индустриальной цепочке. Такой аспект анализа организаций позволяет особо выделить посредника как активного участника рынка, роль которого в последние десятилетия существенно возросла и трансформировалась. Малый бизнес играет существенную роль в развитии экономики в силу ряда причин, среди которых необходимо выделить следующие: противодействие монополизации рынков; обеспечение продуктами те рыночные ниши, которые объективно непривлекательны для среднего и крупного бизнеса; создание условий для самозанятости и самореализации населения и снижения социальной напряженности; максимизация использования потенциала нации, прежде всего в инновационной сфере. Проблемы в развитии малого бизнеса можно свести к трем главным моментам: трудности с финансированием на всех стадиях развития организации; недоступность источников поставок; проблемы реализации, в том числе ограниченность доступа в торговую систему.	О, Д, ДЗ

		<p>Все это предопределяет роль государства в поддержке малого бизнеса, которая должна носить системный характер, обеспечивать реальные условия для реализации преимуществ и решения проблем малых предпринимательских структур.</p>	
3.	Основные виды предпринимательской деятельности	<p>Рассматривая традиционно выделяемые виды предпринимательской деятельности в области производства, торговли, финансов и создания интеллектуальных продуктов, целесообразно выделять те отличия, которые определяют специфику экономического поведения хозяйствующих субъектов.</p> <p>При сопоставлении производственного и торгового предпринимательства целесообразно учитывать следующим параметры:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ выполняемые функции (для производственной организации характерен более широкий круг решаемых проблем, включая производство и реализацию продуктов, в то время как функции торговли ограничены сферой обмена);</li> <li>▪ принципиальный источник получения дохода (реализация собственных товаров или чужих, приобретаемых с целью перепродажи);</li> <li>▪ близость к потребителю, что характеризует степень осведомленности о конъюнктуре рынка и способность оперативного и адекватного реагирования на ее изменения;</li> <li>▪ основные направления повышения эффективности работы (для торговца фактор времени имеет самостоятельное значение, поскольку он существенно может повлиять на скорость оборота вложенного капитала, для производственного предпринимательства этот ресурс ограничен технико-технологическими параметрами производства);</li> <li>▪ условия формирования товарного предложения (реализовывать свой товар, что ограничивает возможность варьирования ассортиментом, или закупать товар из разных источников, гибко адаптируясь к требованиям рынка).</li> </ul> <p>Специфика финансового предпринимательства связана с особостью товаров, которыми оперирует финансовый рынок (ссудный капитал, ценные бумаги, страховые и пенсионные полисы, валюта, драгоценные металлы), который имеют свою логику развития, способы обеспечения доходности вложений, характер взаимодействия участников.</p> <p>Интеллектуальное предпринимательство связано с созданием и коммерчески эффективным освоением инноваций.</p> <p>При классификации предпринимательских структур в зависимости от их места в индустриальной цепочке раскрывается роль и место посредника на рынке, проблемы и перспективы развития посредников разного вида, в том числе в условиях России. Индустриальная цепочка - совокупность всех участников процесса создания и реализации продукта конечному потребителю. В последние десятилетия наиболее серьезные и интенсивные преобразования происходят в той части индустриальной цепочки, которая составляет каналы распределения, что связано совсем возрастающими проблемами в сфере реализации товаров и услуг. Здесь проявляет себя посредник- организация, которая, будучи независимой в экономическом и хозяйственном отношении от производителя и потребителя продукта, в той или иной мере участвует в реализации актов купли-продажи. Поскольку процесс реализации- наиболее болезненный и сложный, число посредников и разнообразие концепций их предпринимательской деятельности постоянно растет и трансформируется. Все многообразие посредников можно свести к трем основным группам:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ те, кто непосредственно участвует в акте купли- продажи, действуя от своего имени и за свой счет- классические торговцы;</li> </ul>	О, Д, ДЗ

		<p>► те, кто непосредственно участвует в акте купли- продажи, но действуя от имени и за счет одной из сторон (продавца или покупателя) - чистые посредники;</p> <p>те, кто непосредственно не участвуют в акте купли- продажи, но создают условия для участников процесса обмена - компании по обслуживанию.</p>	
4.	Объединения организаций	<p>В настоящее время организации не существуют автономно, постоянно взаимодействуя друг с другом. Таким образом, в качестве важных участников рынка необходимо рассматривать разного рода объединения организаций, то есть их совокупности, консолидирующих свои усилия для решения общих проблем.</p> <p>Особое место занимаю объединения предприятий с целью регулирования или ограничения конкуренции -картели. Учитывая, что картельные соглашения приводят к деформации рынков, они строго отслеживаются и пресекаются государством.</p> <p>В каналах распределения в последние десятилетия активно формируются и развиваются так называемые маркетинговые системы. Их создание связано со стремлением участников рынка объединять усилия при реализации единого комплекса маркетинга на всех стадиях продвижения продукта конечному потребителю. Выделяют горизонтальные и вертикальные маркетинговые системы, которые объединяют, соответственно, либо участников канала на одном его уровне, либо всю или часть вертикали канала товародвижения.по способу формирования маркетинговые системы разделяют на договорные, управляемые и корпоративные.</p> <p>Особую разновидность объединений организаций представляют собой так называемые фирмы- оболочки. Способ объединения здесь - договор. Функции оболочечной фирмы включают: раскрученный бренди его поддержка; стратегическое управление и стратегический маркетинг по всему комплексу взаимодействия; доступ к источникам получения выгодных заказов, распределяемых по участника на основе договоров подряда.</p>	О, Д, ДЗ
5.	Внешние и внутренние факторы, влияющие на деятельность организации	<p>Рассматривая деятельность организаций, необходимо учитывать совокупность факторов, определяющих условия осуществления ими своей деятельности. Всю совокупность указанных факторов, называемых «факторами бизнес-среды», можно разделить на две основные группы, а именно:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ внешние факторы, которые прямо или опосредованно влияют на деятельность организации и не могут ею контролироваться. Под контролем в данном случае понимается возможность изменение направленности и силы воздействия фактора по своему усмотрению;</li> <li>▪ внутренние факторы, которые определяются действиями самой организации, ее потенциалом, выбранными ею стратегиями развития.</li> </ul> <p>Внешние факторы бизнес-среды делятся на факторы макросреды, влияющие на всю совокупность хозяйствующих на данном рынке субъектов, и микросреды, определяющие отношения между организацией и ее непосредственными партнерами на рынке (поставщиками, смежниками, покупателями и т.п.).</p> <p>Знание, анализ и прогнозирование влияния указанных факторов служит основой для обеспечения адекватного реагирования организации в процессе ее хозяйственной деятельности на все сигналы, поступающие из внешней среды, что позволяет ей своевременно использовать открывающиеся возможности, не только противодействоватьвозникающим угрозам, но и предупреждать их появление.</p>	О, Д, ДЗ
6.	Организационно-правовые формы	<p>Анализ организационно-правовых форм проводится на основе их сопоставления по следующим параметрам:</p>	О, Д, ДЗ

	организаций	<p>требования по формированию исходного капитала; характер и границы прав и ответственности собственников; порядок распределения и использования прибыли; организация системы управления; особенности налогообложения; возможности и допускаемые законом способы привлечения дополнительных средств.</p> <p>Предлагаемые законодательством варианты организационно-правовых форм отражают их эволюцию в направлении максимизации доступа предпринимателя к дополнительным ресурсам и минимизации его ответственности, что нашло отражение в деятельности открытых акционерных обществ.</p>	
7.	Основные средства организации	<p>Рассматриваются основные средства организации: сущность понятия, структура, источники формирования; виды износа, амортизации; показатели использования; проблемы управления и повышения эффективности использования.</p> <p>Основные средства организации - это стоимость средств производства, целиком участвующих во многих производственных циклах, сохраняющих при этом свою натуральную форму и переносящих свою стоимость на готовую продукцию постепенно по мере износа.</p> <p>Государство жестко регламентирует учет основных фондов (ОФ). В соответствии с действующим классификатором ОФ делятся на два основных раздела : материальные и нематериальные основные фонды. В рамках Раздела «Материальные фонды» есть несколько подразделов, то есть введена видовая структура данных фондов, которая в общем отражает их функциональное назначение (здания, сооружения, жилища, машины и оборудование, средства транспортные, инвентарь). К нематериальным активам относят объекты интеллектуальной собственности, созданные самой организацией или купленные ею на рынке, если они оказывают влияние на производственную деятельность организации в течение многих лет ( компьютерное программное обеспечение, наукоемкие промышленные технологии, технологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау), товарные знаки, патенты и т.д.)</p> <p>В зависимости от характера участия в воспроизводственном процессе ОФ делятся на производственные (здания цехов) и непроизводственные (здания общежитий).</p> <p>По степени воздействия на результаты производства ОФ делятся на активные и пассивные: активные ОФ активно участвуют в производстве продукции, пассивные ОФ непосредственно не влияют на результат (увеличение объема производства и т.п.), но создают для этого условия.</p> <p>Постепенно ОФ теряют в процессе использования свои полезные свойства, которые обуславливают их использование, то есть изнашиваются. Износ бывает физический, моральный и социальный.</p> <p>Физический износ - результат эксплуатации ОФ и воздействия внешних природных факторов, то есть в том числе и независимо от использования.</p> <p>Моральный износ- обесценивание основных средств под воздействие НТП. Выделяют два вида морального износа: 1 рода - когда аналогичное оборудование начинает продаваться по более низкой цене; 2 рода - когда появляются более производительное (качественно) оборудование по аналогичной цене.</p> <p>Социальный износ- обесценивание вследствие ужесточения социальных норм (требования по безопасности к продукции и /или к процессу ее создания)</p>	О, Д, ДЗ
8.	Оборотные средства	<p>Оборотные средства организации непосредственно обслуживают производственный процесс. Оборотные средства,</p>	О, Д, ДЗ



	организации	<p>функционирующие в сфере производства, называются оборотными производственными фондами. Оборотные средства в сфере обращения - фонды обращения.</p> <p>Оборотные производственные фонды- это стоимость предметов труда, которые в процессе одного производственного цикла полностью утрачивают свою первоначальную натуральную форму и полностью переносят свою стоимость на готовую продукцию</p> <p>Оборотные средства в отличие от основных средств, вложенных на длительный срок, должны возобновляться перед каждым новым производственным циклом. Поскольку их стоимость полностью входит в стоимость готовой продукции в случае ее реализации данная стоимость полностью возвращается организации и вновь может быть вложена в производство.</p> <p>В процессе воспроизводства оборотные средства трансформируются. Для организации, занятой в сфере производства, можно выделить пять основных групп оборотных средств: 1. Производственные запасы. , 2. Незавершенное производство., 3. Готовая продукция, 4. Средства в расчетах , 5. Денежные средства.</p> <p>Группы 1-2 относятся к оборотным производственным фондам, группы 3-5 - к фондам обращения. Соотношение отдельных групп оборотных средств к их общей стоимости называется структурой оборотных средств.</p> <p>Источниками формирования оборотных средств являются собственные средства организации (уставный капитал, реинвестируемая прибыль и т.д.) и заемные средства (кредиты, кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам, т.д.).</p> <p>Оборотные средства (ОС) находятся в постоянном движении. ОборотОС задается продолжительностью производственного периода, временем пребывания на складе производственных запасов, временем реализации готовой продукции.</p> <p>Скорость оборота ОС характеризуется коэффициентом оборачиваемости ( соотношение выручки и средней величины стоимости оборотных средств) и продолжительностью одного оборота. Кроме того важно учитывать продолжительность оборота каждого из элементов ОС.</p> <p>Проблемы управления оборотными средствами в организации достаточно многогранны, но доминантой данного процесса в общем случае является максимизация прибыли на вложенный капитал при обеспечении финансовой устойчивости и платежеспособности организации</p>	
9.	Финансы организации	<p>Финансы как экономическая категория представляют собой систему распределительных денежных отношений, возникающих в процессе формирования и использования фондов денежных средств у субъектов, участвующих в создании совокупного общественного продукта.</p> <p>Финансы коммерческих организаций занимают определяющее положение в структуре финансовой системы страны, так как именно на их уровне формируется преобладающая масса финансовых ресурсов государства</p> <p>В качестве основных функций финансов можно выделить распределительную, контрольную, регулирующую.</p> <p>Распределительная функция финансов применительно к организации заключается в том, что</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ с их помощью формируются все денежные доходы и фонды организации;</li> <li>▪ финансы, обслуживая воспроизводственный процесс в целом, обеспечивают его непрерывность, а грамотное распределение их по стадиям воспроизводственного процесса обеспечивает его эффективность;</li> <li>▪ создаются финансовые резервы и накопления, что</li> </ul>	О, Д, ДЗ

		<p>обеспечивает нормальное функционирование предприятия, его финансовую устойчивость</p> <p>Контрольная функция финансов обеспечивается за счет их способности отображать количественно воспроизводственный процесс как движение финансовых ресурсов в фондовой и не фондовой формах, что отражается в показателях бухгалтерской, статистической и оперативной отчетности. Исходя из характера движения денежных средств, оценивается своевременность их поступлений, пропорциональность их распределения, эффективность использования.</p> <p>Распределительная функция финансов осуществляется не стихийно, а в соответствии с правовыми нормами, то есть существует определенная совокупность норм, правил, положений, правовых актов, регулирующих финансы предприятия и тем самым всю его деятельность. Таким образом, финансы реализуют и третью функцию, а именно-регулирующую.</p> <p>Финансовые ресурсы организации -это денежные средства, имеющиеся в ее распоряжении и предназначенные для осуществления текущих затрат и затрат по расширенному воспроизводству, для выполнения финансовых обязательств и экономического стимулирования работающих. Финансовые ресурсы направляются также на содержание и развитие объектов непроизводственной сферы, потребление, накопление, в специальные резервные фонды и др.</p> <p>Организация в процессе своей деятельности совершает материальные и денежные затраты на простое и расширенное воспроизводство основных фондов и оборотных средств, производство и реализацию продукции, социальное развитие трудового коллектива и др. Наибольший удельный вес во всех расходах предприятий занимают <i>затраты на производство продукции</i>. Совокупность производственных затрат показывает, во что обходится изготовление выпускаемой продукции, т. е. составляет <i>производственную себестоимость продукции</i>.</p> <p>Предприятия производят также затраты по реализации продукции, т. е. осуществляют внепроизводственные, или <i>коммерческие расходы</i> (на транспортировку, упаковку, хранение, рекламу и др.). Производственная себестоимость и коммерческие расходы составляют <i>полную, или коммерческую, себестоимость продукции</i>.</p> <p>Проблема отнесения различных затрат на себестоимость продукции (работ, услуг) является очень важной для предприятий. С помощью механизма формирования себестоимости продукции (работ, услуг) можно стимулировать или, наоборот, «подавлять», делать невыгодными для предприятий различные виды затрат. В совокупности с налоговыми льготами этот механизм является мощным рычагом воздействия на финансово-хозяйственную деятельность предприятий.</p>	
10.	Персонал как особый ресурс организации	<p>Трудовые ресурсы являются главным ресурсом каждого предприятия, от качества и эффективности использования которого во многом зависят результаты деятельности предприятия и его конкурентоспособность. Трудовые ресурсы приводят в движение материально-вещественные элементы производства, создают продукт, стоимость и прибавочный продукт в форме прибыли.</p> <p>Отличие трудовых ресурсов от других видов ресурсов: работник может отказаться от предложенных ему условий, потребовать изменения условий труда и модификации неприемлемых, с его точки зрения, работ, обучиться другим профессиям и специальностям, уволиться по собственному желанию.</p> <p>Персонал предприятия и его изменения имеют определенные количественные, качественные и структурные характеристики,</p>	О, Д, ДЗ

		<p>которые могут быть с меньшей или большей степенью достоверности измерены с помощью ряда показателей (списочная и явочная численность, среднесписочная численность работников; удельный вес работников отдельных подразделений (групп, категорий) в общей численности работников; темпы роста (прироста) численности работников за определенный период; удельный вес служащих, имеющих высшее или среднее специальное образование в общей численности служащих и (или) работников; средний стаж работы по специальности руководителей и специалистов организации; текучесть кадров; фондовооруженность труда работников и (или) рабочих на организации и др.</p> <p>Совокупность перечисленных и ряда других показателей может дать представление о количественном, качественном и структурном состоянии персонала предприятия и тенденциях его изменения для целей управления им.</p>	
11.	Система управления организацией	<p>Маркетинг - особая функция управления, назначение которой состоит в анализе и оценке всей совокупности факторов внешней среды и в трансформации полученных оценок и выводов в конкретные управленческие решения организации с учетом ее целей, ресурсов, возможностей.</p> <p>Маркетинг выступает как определенная идеологическая база построения всей системы управления организацией, ориентирующая ее деятельность на удовлетворение потребностей потребителей с учетом интересов всех прочих участников рынка.</p> <p>Реализация маркетинга в организации достаточно обособленный процесс, предполагающий использование особых схем и технологий проведения работ, подготовки и принятия решений, определенный образом организованных исполнителей.</p> <p>Совокупность маркетинговых задач целесообразно разделять на два блока, а именно:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• функциональные задачи, которые отражают общую технологию реализации маркетинга как особой функции управления и вида деятельности, вследствие чего в общем виде их можно описать как типовые для всех предприятий, независимо от области и характера их деятельности;</li> <li>• плановые задачи, которые формулируются конкретным предприятием исходя из определенных целей и параметров своего бизнеса в течение планового периода, что предопределяет бесконечное множество индивидуальных вариантов формулировок, при этом на практике их решение обеспечивается определенной комбинацией действий, предусмотренных в рамках выполнения функциональных задач.</li> </ul> <p>Совокупность функциональных задач маркетинга, решаемых последовательно и во взаимосвязи в соответствии с логикой осуществления данной деятельности в рамках предприятия включает в себя три блока: аналитико-оценочный, стратегический и результирующий.</p> <p>В первом блоке (аналитико-оценочном) решаются вопросы, предопределяющие весь дальнейший процесс маркетинговых работ, а именно: исследуются и, соответственно, выбираются целевые рынки фирмы; выявляются интересы, предпочтения и желания потребителей, что служит основой для определения параметров товарного предложения фирмы; оценивается поведение и роль конкурентов; учитывается влияние неконтролируемых фирмой факторов внешней среды.</p> <p>Если объем информации и уровень надежности данных, полученных в данном блоке, позволяют достаточно четко планировать рыночное поведение фирмы, то во втором блоке</p>	О, Д, ДЗ

		<p>(планово- стратегическом) приступают к формированию соответствующей стратегической программы ( стратегии) маркетинга. включая ассортиментную (товарную), ценовую, сбытовую и коммуникативную стратегии.</p> <p>Блок результирующих (исполнительных) задач маркетинга ориентирован на претворение в жизнь выбранной стратегии фирменного маркетинга через совокупность конкретных мероприятий и действий (рекламные кампании, действия в области стимулирования сбыта и т.п.).</p> <p><i>В принципе цель данного комплекса маркетинговых работ состоит в том, чтобы, собрав, проанализировав и оценив всю необходимую информацию обо всех факторах, влияющих на деятельность предприятия, постараться снизить уровень неопределенности (риска) при его работе на конкретном рынке за счет реализации определенной маркетинговой политики, разработанной на основе полученных данных.</i></p>	
12.	Маркетинг деятельности организации	<p>в</p> <p>В общем случае стремление к поиску и внедрению новых решений является естественной доминантой деятельности любой предпринимательской структуры. В условиях же жесткой конкуренции в основе стратегии развития хозяйствующего субъекта всегда лежат цели расширения, диверсификации и инновации. При этом значимость процесса создания новшеств как условия экономического роста и средства в конкурентной борьбе постоянно растет, в связи с чем данная проблематика занимает существенное место в экономических концепциях и разработках. Наряду с этим сам ход развития мирового хозяйства определяет рост внимания как исследователей, так и практиков к проблемам адаптации хозяйствующих субъектов к динамично меняющимся параметрам внешней среды, где инновационная активность окончательно утвердилась в качестве фактора важнейшего, а в ряде случаев определяющего, для целей и результатов деятельности на рынке.</p> <p>Интерес именно к стадии коммерциализации новшеств в условиях рыночной экономики вполне оправдан, особенно учитывая характерное для последних десятилетий технологическое, экономическое и конкурентное давление на хозяйствующие субъекты. Учитывая последнее обстоятельство, понимая под нововведением весь комплекс работ по созданию и реализации новшества, создаваемого для последующего предложения конкретным потребителям с целью обмена, целесообразно структурировать этот процесс на основе логического его расчленения на следующие этапы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* исследования новшества (маркетинговые - конъюнктурные, потребителей, рыночные и т. п., направленные на определение требований, предъявляемых к новшеству на рынке; научно-технические - патентные, прикладные отраслевые и т. п., направленные на поиск наиболее приемлемых способов и средств создания новшеств; управленческие, направленные на определение целесообразности создания новшеств, т.е. соответствия их интересам и возможностям хозяйствующего субъекта);</li> <li>* разработка новшества (включая сюда: генерирование вариантов идей новшества; их коммерческий анализ, позиционирование и апробацию на рынке; конструкторскую проработку изделия и его пробный маркетинг);</li> <li>* коммерческая реализация (начало производства и, соответственно, реализации новшества на целевом рынке);</li> </ul> <p>Для нововведения наибольшую сложность представляет, естественно, его планирование, учитывая высокую неопределенность как научно- технических, так и рыночных</p>	О, Д, ДЗ

		<p>аспектов формирования новшеств. При этом необходимо прежде всего рассматривать стратегическое планирование деятельности хозяйствующего субъекта, поскольку нововведение - это всегда процесс, нацеленный в будущее. Именно здесь проявляется наиболее тесным образом его связь с маркетингом, включая стратегический и операционный аспекты последнего.</p> <p>В целом, говоря об инновационном потенциале организации, обоснованно определять его как способность хозяйствующего субъекта создавать новое, воспринимать новое, эффективно использовать новое во всех сферах и областях своей деятельности, включая действия в области управления, маркетинга, организации и т.д. и т.п.</p>	
13.	Инновационный потенциал организации	<p>Одной из важнейших сфер деятельности любого предприятия является инвестирование или иначе долгосрочное вложение капитала с целью получения прибыли. Таким образом, инвестиционные операции это операции, связанные с вложением денежных средств в реализацию проектов, которые будут обеспечивать получение выгод в течение периода, превышающего один год.</p> <p>В коммерческой практике принято различать следующие типы таких инвестиций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> инвестиции в физические активы;</li> <li><input type="checkbox"/> инвестиции в денежные активы;</li> <li><input type="checkbox"/> инвестиции в нематериальные активы.</li> </ul> <p>Под физическими активами при этом имеются в виду производственные здания и сооружения, а также любые виды машин и оборудования со сроком службы более одного года, то есть основные фонды.</p> <p>Под денежными активами понимаются права на получение денежных сумм от других физических и юридических лиц, например депозиты в банке, облигации, акции и т. д.</p> <p>Под нематериальными активами понимаются ценности, приобретаемые фирмой в результате создания интеллектуальной собственности, включая разработку торговых знаков, приобретение лицензий и т. п.</p> <p>Инвестиции в ценные бумаги принято называть портфельными инвестициями, а инвестиции в физические активы чаще именуют инвестициями в реальные активы.</p> <p>Все типы инвестиций имеют большое значение для сохранения жизнеспособности организации и ее развития.</p> <p>В целом инвестиционный потенциал организации можно в общем случае оценить по следующим критериям:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет ли организация собственные ресурсы для осуществления долгосрочных капитальных вложений;</li> <li>• есть ли у организации доступ к внешним источникам инвестирования ;</li> <li>• есть ли у организации инвестиционные проекты, реализация которых способна принести серьезные экономические результаты;</li> <li>• способна ли организация эффективно реализовать указанные проекты.</li> </ul>	О, Д, ДЗ
14.	Жизненный цикл организации	<p>Мы будем понимать под жизненным циклом (ЖЦ) организации логическую последовательность стадий его развития и старения. Причина рассмотрения ЖЦ - экономические, организационные, финансовые цели и задачи, возникающие на различных его стадиях принципиально различны.</p> <p>Фаза создания организации включает два этапа. Первый этап - формирование предпринимательской идеи. Предпринимательские идеи можно классифицировать условно следующим образом:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Консервативные- то есть копирование действующих организаций;</li> <li>2. Новаторские, связанные с реализацией нового, включая</li> </ol>	О, Д, ДЗ

		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ предложение нового продукта для удовлетворения существующих потребностей (субститут)</li> <li>■ нового продукта, удовлетворяющего новую потребность, которая уже есть</li> <li>■ и т.п.</li> </ul> <p>3. Совершенствования: базовое содержание бизнеса и его условия традиционно, но есть стремление и возможность его усовершенствовать по каким-то существенным для рынка параметрам.</p> <p>4. Адаптационные: тот же бизнес, но в иных условиях, в том числе реализуемый на узких целевых сегментах рынка.</p> <p>5. Создание фирм-однодневок.</p> <p>Этап второй - государственная регистрация: организация считается основанной с момента его государственной регистрации в установленном законом порядке.</p> <p>Фаза роста предприятия включает в себя рост потенциала организации и расширение масштабов ее производственной и коммерческой деятельности.</p> <p>Нисходящая фаза жизненного цикла организации определяется тем, что рост не может продолжаться вечно. В какой-то момент организация либо переходит в новое качество, либо начинает испытывать трудности, что связано либо с тем, что предпринимательская идея, заложенная в основу ее деятельности, себя исчерпала, либо эту идею не смогли реализовать эффективно.</p> <p>Таким образом, жизненный цикл организации рано или поздно прерывается ее реорганизацией. Гражданский кодекс РФ выделяет следующие виды реорганизации предприятия: слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование.</p> <p>Фаза кризисного развития включает в себя несколько стадий, характеризующихся различной степенью глубины кризиса. Если проблемы с кредиторами можно урегулировать, то наступает этап досудебной санации, если нет - решением арбитражного суда начинается процедура банкротства, которая также распадается на несколько этапов.</p> <p>На любом этапе ликвидации организации может быть принято мировое соглашение. Мировое соглашение - это процедура достижения договоренности между должником и кредиторами относительно отсрочки и (или) рассрочки причитающихся кредиторам платежей или скидки с долгов</p>	
<b>ИТОГО</b>		зачет	

*Примечание: О – опрос, Д – дискуссия (диспут, круглый стол, мозговой штурм, ролевая игра), ДЗ – домашнее задание (эссе, реферат, тест и пр.). Формы контроля не являются жесткими и могут быть заменены преподавателем на другую форму контроля в зависимости от контингента обучающихся с оценкой знаний студентов (дискуссия, диспут, круглый стол, мозговой штурм, ролевая игра). Кроме того, на семинарских занятиях может проводиться работа с нормативными документами, изданиями средств информации и прочее, что также оценивается преподавателем.*

## 5.2. Лекционные занятия

Примерная тематика и содержание лекционных занятий

1. Введение в дисциплину
2. Организация как основной элемент рыночной экономики
3. Основные виды предпринимательской деятельности
4. Объединения организаций
5. Внешние и внутренние факторы, влияющие на деятельность организации
6. Организационно-правовые формы организаций
7. Основные средства организации
8. Оборотные средства организации
9. Финансы организации

10. Персонал как особый вид ресурса организации
11. Система управления организацией
12. Маркетинг в деятельности организации
13. Инновационный потенциал организации
14. Жизненный цикл организации

### **5.3. Практические занятия**

Примерная тематика и содержание практических занятий

#### **Семинар 1. Внешние и внутренние факторы, влияющие на деятельность организации.**

1. Основные факторы внешней среды, определяющие деятельность организаций
2. Основные факторы внутренней бизнес-среды организации: структура, содержание, проблемы управления

#### **Семинар 2. Финансы организации**

1. Налоговая система Российской Федерации
2. Ценообразование в организации

#### **Семинар 3. Персонал как особый вид ресурса организации**

1. Мотивация как функция управления организацией
2. Состояние рынка труда Российской Федерации

#### **Семинар 4. Система управления организацией.**

1. Понятие «система управления» организацией и критерии оценки ее эффективности
2. Бизнес-планирование проектов и сделок
3. Организационные структуры и механизм принятия решений: принципы построения, проблемы развития

### **5.4. Самостоятельное изучение разделов дисциплины**

<b>№ раздела</b>	<b>Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение</b>
1.	Введение в дисциплину
2.	Организация как основной элемент рыночной экономики
3.	Основные виды предпринимательской деятельности
4.	Объединения организаций
5.	Внешние и внутренние факторы, влияющие на деятельность организации
6.	Организационно-правовые формы организаций
7.	Основные средства организации
8.	Оборотные средства организации
9.	Финансы организации
10.	Персонал как особый вид ресурса организации
11.	Система управления организацией
12.	Маркетинг в деятельности организации
13.	Инновационный потенциал организации
14.	Жизненный цикл организации

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся включает:

1. Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение (см. раздел 5.4).
2. Список основной литературы (см. раздел 10.1).
3. Список дополнительной литературы (см. раздел 10.2).
4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

## **7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Содержание промежуточной аттестации раскрывается в комплекте контролирующих материалов, предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС, которые хранятся на кафедре-разработчике РПД в печатном виде и в ЭИОС.

## **8. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

Для успешного освоения дисциплины используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды, образовательные интернет-порталы, глобальная компьютерная сеть Интернет. В процессе изучения дисциплины происходит интерактивное взаимодействие обучающегося с преподавателем через личный кабинет студента.

№ п/п	Используемое программное обеспечение
1	Windows
2	Acrobat Reader
3	AVG AntiVirus FREE
4	Гарант

№пп	Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы
1	Бесплатная электронная библиотека онлайн "Единое окно к образовательным ресурсам" для студентов и преподавателей; каталог ссылок на образовательные интернет-ресурсы ( <a href="http://Window.edu.ru">http://Window.edu.ru</a> )
2	Национальная электронная библиотека (НЭБ) — свободный доступ читателей к фондам российских библиотек. Содержит коллекции оцифрованных документов (как открытого доступа, так и ограниченных авторским правом), а также каталог изданий, хранящихся в библиотеках России. ( <a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a> )

## **9. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
учебные аудитории для проведения учебных занятий
помещения для самостоятельной работы

Материально-техническое обеспечение и организация образовательного процесса по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».

## **10. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **10.1. Основная литература**

1. Экономика и управление на предприятии : учебник / А.П. Агарков, Р.С. Голов, В.Ю. Теплышев, Е.А. Ерохина ; ред. А.П. Агарков. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 400 с. : табл., граф., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. –



URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450718> (дата обращения: 23.11.2023) – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02159-6. – Текст : электронный.

2. Экономика организаций : учебник / О.Н. Глотова, Ю.В. Рыбасова, О.А. Чередниченко и др. - Ставрополь: Агрус, 2015. - 392 с. : табл., схем. - Библиогр.: с. 379-380. - ISBN 978-5-9596-1190-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438689> (дата обращения: 23.11.2023).

## 10.2. Дополнительная литература

1. Арзуманова, Т.И. Экономика организации : учебник / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 237 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453416> (дата обращения: 23.11.2023) – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02049-0. – Текст : электронный.

2. Голов, Р.С. Организация производства, экономика и управление в промышленности : учебник / Р.С. Голов, А.П. Агарков, А.В. Мыльник. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 858 с. : табл., схем., граф. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452544> (дата обращения: 23.11.2023) – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02667-6. – Текст : электронный.

3. Демчук, О.Н. Теория организации : учебное пособие / О.Н. Демчук, Т.А. Ефремова. – 3-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2017. – 262 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=54544> (дата обращения: 23.11.2023) – ISBN 978-5-9765-0699-2. – Текст : электронный.

4. Нуралиев, С.У. Экономика : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 431 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495807> (дата обращения: 23.11.2023) – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02412-2. – Текст : электронный.

5. Основы корпоративного управления : учебное пособие / А.Н. Байдаков, А.В. Назаренко, Д.В. Запорожец и др. ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра менеджмента. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 120 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=484942> (дата обращения: 23.11.2023) – Библиогр.: с. 110-111. – Текст : электронный.

6. Торхова, А.Н. Экономика предприятия : учебное пособие / А.Н. Торхова. – Изд. 3-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 101 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473320> (дата обращения: 23.11.2023) – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9258-5. – DOI 10.23681/473320. – Текст : электронный.

7. Торхова, А.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие / А.Н. Торхова. – Изд. 3-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 104 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473319> (дата обращения: 23.11.2023) – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9257-8. – DOI 10.23681/473319. – Текст : электронный.

8. Шаркова, А.В. Экономика организации : практикум / А.В. Шаркова, Л.Г. Ахметшина. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 120 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452891> (дата обращения: 23.11.2023) – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02367-5. – Текст : электронный.

9. Чередниченко, О.А. Экономика фирмы : учебное пособие / О.А. Чередниченко, В.В. Куренная, Ю.В. Рыбасова. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2015. – 139 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438661> (дата обращения: 23.11.2023) – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

### 10.3. Периодические издания

1. Экономический журнал Высшей школы экономики
2. Журнал экономической теории
3. Экономика развития (журнал)
4. Экономист (журнал, Россия)
5. Экономическая газета
6. Экономическая наука современной России

## 11. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: <http://elibrary.ru/>.
2. Университетская библиотека online [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/>

## 12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Обучение по дисциплине предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические занятия).

Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий, описанных в п. 5.1.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом,
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания,
- систематизирует учебный материал,
- ориентирует в учебном процессе.

*Подготовка к лекции* заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции,
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора),
- ознакомьтесь с учебным материалом по рекомендуемым учебникам и учебным пособиям,
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке,
- запишите возможные вопросы, которые Вы зададите лектору на лекции.

*Подготовка к практическим занятиям:*

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному практическому занятию. Если тема на лекции не рассматривалась, изучите предлагаемую литературу (это позволит Вам найти ответы на теоретические вопросы),
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,
- выпишите основные термины,
- ответьте на контрольные вопросы к занятию, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов,
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя.

Учтите, что:

- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

#### *Самостоятельная работа.*

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Система накопления результатов выполнения заданий позволит вам создать педагогическую копилку, которую можно использовать как при прохождении педагогической практики, так и в будущей профессиональной деятельности.

#### *Подготовка к зачету.*

К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты.

При подготовке к зачету по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры практики, иллюстрирующие теоретические положения.

В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой по дисциплине,
- перечнем знаний и умений, которыми должен владеть студент,
- тематическими планами лекций, семинарских занятий,
- учебными пособиями, а также электронными ресурсами,
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

### **13. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

При организации обучения по дисциплине преподаватель должен обратить особое внимание на организацию практических занятий и самостоятельной работы студентов, поскольку курс предполагает широкое использование интерактивных методов обучения.

При реализации дисциплины используются следующие *интерактивные* формы проведения занятий:

- проблемная лекция,
- презентации с возможностью использования различных вспомогательных средств;
- круглый стол (дискуссия).

**Проблемная лекция** – учебная проблема ставится преподавателем до лекции и должна разворачиваться на лекции в живой речи преподавателя, так как проблемная лекция предполагает диалогическое изложение материала. С помощью соответствующих методических приемов (постановка проблемных и информационных вопросов, выдвижение многообразных гипотез и нахождение тех или иных путей их подтверждения или опровержения), преподаватель побуждает студентов к совместному размышлению и дискуссии, хотя индивидуальное восприятие проблемы вызывает различия и в ее формулировании. (Чем выше степень диалогичности лекции, тем больше она приближается к

проблемной и тем выше ее ориентирующий, обучающий и воспитывающий эффекты, а также формирование мотивов нравственных и познавательных потребностей).

**Презентации** – документ или комплект документов, предназначенный для представления чего-либо (организации, проекта, продукта и т.п.). Цель презентации – донести до целевой аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме.

Презентация может представлять собой сочетание текста, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда (но не обязательно все вместе), которые организованы в единую среду. Кроме того, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации. Отличительной особенностью презентации является ее интерактивность, то есть создаваемая для пользователя возможность взаимодействия через элементы управления.

В зависимости от места использования презентации различаются определенными особенностями:

Презентация, созданная для самостоятельного изучения, может содержать все присущие ей элементы, иметь разветвленную структуру и рассматривать объект презентации со всех сторон.

Презентация, созданная для поддержки какого-либо мероприятия или события, отличается большей минималистичностью и простотой в плане наличия мультимедиа и элементов дистанционного управления, обычно не содержит текста, так как текст проговаривается ведущим, и служит для наглядной визуализации его слов.

Презентация, созданная для видеодемонстрации, не содержит интерактивных элементов, включает в себя видеоролик об объекте презентации, может содержать также текст и аудиодорожку.

Основная цель презентации помочь донести требуемую информацию об объекте презентации.

**Круглый стол** организуется следующим образом:

- 1) Преподавателем формулируются вопросы, обсуждение которых позволит всесторонне рассмотреть проблему;
- 2) Вопросы распределяются по подгруппам и раздаются участникам для целенаправленной подготовки;
- 3) Для освещения специфических вопросов могут быть приглашены специалисты (исследователь детского движения) либо эту роль играет сам преподаватель;
- 4) В ходе занятия вопросы раскрываются в определенной последовательности.
- 5) Выступления специально подготовленных студентов обсуждаются и дополняются. Задаются вопросы, студенты высказывают свои мнения, спорят, обосновывают свою точку зрения.

**Дискуссия**, как особая форма всестороннего обсуждения спорного вопроса в публичном собрании, в частной беседе, споре, реализуется как коллективное обсуждение какого-либо вопроса, проблемы или сопоставление информации, идей, мнений, предложений.

Целью проведения дискуссии в этом случае является обучение, тренинг, изменение установок, стимулирование творчества и др.

В проведении дискуссии используются различные организационные методики:

- *Методика «вопрос – ответ»* – разновидность простого собеседования; отличие состоит в том, что применяется определенная форма постановки вопросов для собеседования с участниками дискуссии-диалога.
- *Методика «лабиринта»* или метод последовательного обсуждения – своеобразная шаговая процедура, в которой каждый последующий шаг делается другим участником. Обсуждению подлежат все решения, даже неверные (тупиковые).
- *Методика «эстафеты»* – каждый заканчивающий выступление участник передает слово тому, кому считает нужным.