

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.06.01 Организация консультационной деятельности**

**Специальность 38.05.01 Экономическая безопасность**

**Специализация Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности**

**Форма обучения очная**

# 1. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

## 1.1 Лекция № 1 (2 часа)

Тема: Задачи и принципы деятельности информационно-консультационной службы

### 1.1.1 Вопросы лекции

1. Предмет, цели и задачи курса
2. Основные понятия ИКД
3. Цель, задачи, основные принципы и направления деятельности информационно-консультационной службы
4. История развития ИКС в РФ

### 1.1.2 Краткое содержание вопросов

1. Предмет, цели и задачи курса

Цель, задачи, основные принципы и направления деятельности информационно-консультационной службы. Роль информационно-консультационных служб в развитии аграрного сектора экономики. Информационно-консультационная служба как инструмент региональной и аграрной политики. Условия, необходимые для успешного функционирования службы. Информационно-консультационная служба в России. Предмет, цели и задачи курса.

2. Основные понятия ИКД

Суть информационно-консультационной деятельности состоит в оказании нематериальной помощи людям в решении проблем, с которыми они не могут справиться самостоятельно. Организация(-ции), осуществляющая(-щие) такого рода деятельность, называется(-ются) информационно-консультационной службой.

3. Цель, задачи, основные принципы и направления деятельности информационно-консультационной службы

Для того, чтобы ИКС в целом работала эффективно и выполняла возложенные на нее задачи, необходимо объединение всех этих, как правило, разрозненных проектов в рамках одной государственной программы, построенной на единой концепции и под общей единой методологией. Таким образом – первой задачей является разработка и официальное закрепление соответствующими законодательными актами единой концепции, методологии и принципов работы ИКС. Мировой опыт развития ИКС показывает, что эта деятельность оказывает положительный эффект не только на само сельскохозяйственное производство, но и на устойчивое развитие сельской местности в целом.

4. История развития ИКС в РФ

В России также были попытки создания подобной службы, даже раньше, чем в Великобритании.

Ее создателем и идеологом был известный русский ученый-экономист Александр Владимирович Чаянов (1888-1937).

Он считал, что такая служба должна была обеспечить:

- техническое,
- технологическое и
- социально-экономическое просвещение крестьян в России.

К сожалению, дальнейшего развития эта служба в России не получила.

В зарубежной литературе при определении ИКС часто применяют термин «extention service» (расширение обслуживания) (распространение знаний).

В разных странах информационная служба возникала, как правило, в неблагоприятные для экономики моменты, т.е. во время кризисов.

Именно в кризисные периоды общество активно занималось поисками путей выхода из кризиса и находило их в создании информационно-консультационной службы,

которая становилась, если не панацеей разрешения кризиса, то действенным рычагом для улучшения ситуации.

## **1.2 Лекция № 2 (2 часа)**

**Тема: Роль информационно-консультационной службы в системе знаний АПК, распространение и применение инноваций**

### **1.2.1 Вопросы лекции**

1. Категории знаний для сельских товаропроизводителей
2. Основные источники знаний
3. Задачи ИКС по распространению знаний
4. Методы формирования знаний в ИКС
5. Эффективность распространения знаний в ИКС

### **1.2.2 Краткое содержание вопросов**

1. Категории знаний для сельских товаропроизводителей

Система знаний АПК. Структура системы знаний. Элементы системы знаний АПК.

Взаимосвязи в системе знаний АПК и место информационно-консультационной службы в системе знаний. Задачи службы в процессе интеграции с аграрной наукой и образованием. Методы взаимодействия в системе знаний АПК.

2. Основные источники знаний

Распространение и применение инноваций. Виды инноваций, характеристики инноваций с точки зрения их применения. Стадии процесса распространения и применения инноваций. Стратегия и тактика информационно-консультационной службы на разных стадиях процесса распространения и применения инноваций

3. Задачи ИКС по распространению знаний

Информационное воздействие ИКС на товаропроизводителя носит рекомендательный характер. Поэтому для результативности их работы первостепенное значение имеет полное осознание каждым отдельно взятым товаропроизводителем исключительной полезности всех видов знаний, распространяемых ИКС. Такое осознание не может быть достигнуто без активного участия самих товаропроизводителей не только в процессе восприятия "чужой" информации, но и в процессах генерации новых знаний, их оценки и селекции. В связи с этим собственно распространение "готовых" знаний в системе ИКС сопровождается формированием новых полезных знаний, которые в дальнейшем будут распространяться наряду с другими. Этому обстоятельству следует также уделить внимание.

4. Методы формирования знаний в ИКС

Для успешной реализации своих функций работники ИКС должны хорошо владеть методами работы службы, позволяющими научить фермеров формировать свое мнение относительно существующих или возникающих проблем и принимать самостоятельные решения по их преодолению. Обладая знаниями о таких методах работник информационно-консультационной службы сможет выбирать те из них, которые будут наиболее приемлемы с точки зрения разрешения стоящих перед товаропроизводителями задач и условий, в которых они работают. Среди многообразия методов работы ИКС целесообразно выделить главные из них. Это массовые, групповые и индивидуальные методы, а также отдельные элементы народного творчества, которые способствуют успешной реализации образовательных программ ИКС, повышению эффективности труда сельских товаропроизводителей.

5. Эффективность распространения знаний в ИКС

С одной стороны работник ИКС, как подчеркивал А.В.Чаянов, - педагог, а с другой стороны - человек, который передает знания и информацию, то есть помогает сельским

товаропроизводителям получить доступ к нужным знаниям и информации и информирует исследователей о тех областях знаний, которые нужны товаропроизводителям.

Можно предположить, что если проинформировать товаропроизводителя о научных открытиях и предоставить ему другую информацию, которая, как считает ИКС, имеет отношение к принятию какого-либо решения, то товаропроизводитель будет их использовать. Однако научные исследования, проведенные как с группами сельских товаропроизводителей, показывают, что большинство из них реагируют иначе (Windahl, et. al, 1992). Например, многие люди продолжают курить, несмотря на то, что они знают - курение опасно для их здоровья. Существует несколько причин того, почему новая информация, поступающая от исследователей, не меняет поведения сельских товаропроизводителей

### **1.3. Лекция № 3 (2 часа)**

#### **Тема: Финансиование информационно-консультационной службы**

##### **1.3.1 Вопросы лекции**

1. Принципы и формы финансирования информационно-консультационной службы.
2. Основные источники и условия финансирования деятельности службы.
3. Коммерческое или самофинансирование в информационно-консультационной службы.

##### **1.3.2 Краткое содержание вопросов**

1. Принципы и формы финансирования информационно-консультационной службы.

Принципы и формы финансирования информационно-консультационной службы. Основные источники и условия финансирования деятельности службы. Ценообразование на информационно-консультационные услуги. Финансовый план информационно-консультационной службы. Интеграция программ по финансированию информационно-консультационных услуг

2. Основные источники и условия финансирования деятельности службы.

Как хорошо известно, во многих странах мира сельское хозяйство является дотационной отраслью. Государственное финансирование информационно-консультационной службы можно рассматривать как одну из многочисленных форм дотаций, особенно на стадии ее формирования. Причем данная форма предполагает не только простое перераспределение бюджетных средств, она направлена на развитие отрасли с целью повышения ее эффективности и последующего наполнения бюджета за счет роста абсолютной величины налогов. Другими словами, вложение средств в формирование и развитие ИКС предусматривает соответствующую отдачу. Мировой опыт создания подобных служб подтверждает высокую степень окупаемости данных вложений: как показали исследования, средняя внутренняя норма доходности (IRR) инвестиций в создание ИКС составляет около 40 %.

3. Коммерческое или самофинансирование в информационно-консультационной службы.

Принципы и формы финансирования информационно-консультационной службы. Основные источники и условия финансирования деятельности службы. Ценообразование на информационно-консультационные услуги. Финансовый план информационно-консультационной службы. Интеграция программ по финансированию информационно-консультационных услуг.

### **1.4. Лекция № 4 (2 часа)**

#### **Тема: Опыт организации и деятельности информационно-консультационных служб в зарубежных странах**

#### **1.4.1 Вопросы лекции**

1. История создания информационно-консультационных служб.
2. Цели и задачи создания ИКС в различных зарубежных странах.
3. Особенности образования ИКС.

#### **1.4.2 Краткое содержание вопросов**

1. История создания информационно-консультационных служб.

История создания информационно-консультационных служб. Цели и задачи создания ИКС в различных зарубежных странах. Особенности образования ИКС. Американская служба "экстеншн". Система "ADAS" Великобритании. Сельскохозяйственная консультационная служба Германии.

2. Цели и задачи создания ИКС в различных зарубежных странах.

Существует большая разница между самими сельскими товаропроизводителями, что также влияет на вид помощи, который им необходим для того, чтобы принимать оптимальные решения. В России эта разница значительно больше, чем в других странах. Подумайте, например, о разнице между бывшим совхозом, где работают специалисты различного профиля, имеющие высшее образование, и человеком, который на своем участке выращивает продукцию для собственного потребления в дополнение к его пенсии. Часто ИКС не хватает человеческих ресурсов для того, чтобы помочь всем товаропроизводителям, и выбор тех, кому отдать предпочтение в данном случае, частично является этическим и политическим решением. Кому должен помогать работник ИКС: бедным пенсионерам или крупным товаропроизводителям? Какая помощь оказывает большее влияние на экономический рост страны?

3. Особенности образования ИКС.

В оценочном отчете (Appraisal Report) Всемирный Банк предлагает в рамках проекта АРИС (Проект поддержки сельскохозяйственной реформы, который включает подпроект создания информационно-консультационной службы для российского сельского хозяйства) в основном работать через средства массовой информации, компьютеризированные информационные системы и видеотехнику. Проводится много исследовательской работы по усвоению и распространению инноваций, которая показывает, что главный результат использования средств массовой информации должен привести к тому, чтобы товаропроизводители узнали об инновациях и проявили свой интерес к некоторым из них (Rogers и Shoemaker, 1971). Обычно проходит несколько лет, прежде чем товаропроизводители начинают применять эти инновации на собственном предприятии. Немногие товаропроизводители будут делать это, не обсудив заранее ожидаемые результаты с теми людьми, кому они доверяют.

### **1.5. Лекция № 5 (2 часа)**

#### **Тема: Управление информационно-консультационной службой**

#### **1.5.1 Вопросы лекции**

1. Стратегия и особенности управления информационно-консультационной службы в АПК.
2. Система органов управления информационно-консультационной службы.
3. Зарубежный опыт управления информационно-консультационной службы.
4. Организация труда работников информационно-консультационной службы.
5. Оценка эффективности и совершенствование системы управления.

#### **1.5.2 Краткое содержание вопросов**

1. Стратегия и особенности управления информационно-консультационной службы в АПК.

Процесс управления информационно-консультационной службой - это достижение желаемых результатов посредством эффективного использования людских, материальных и финансовых ресурсов. Задачей любого работника управления ИКС является создание условий, при которых совместно работающие в подразделениях службы люди могут эффективно функционировать, достигая поставленных целей и задач.

## 2. Система органов управления информационно-консультационной службы.

Одним из важных элементов системы управления ИКС является организационная структура. Правильное формирование организационной структуры службы позволяет эффективно ей управлять. Существует несколько подходов формирования подразделений ИКС:

- *по функциональному признаку;*
- *по территориальному признаку;*
- *в зависимости от программ;*
- *в зависимости от оказываемых услуг;*
- *в зависимости от клиентуры;*
- *матричный подход;*
- *смешанный подход.*

## 3. Зарубежный опыт управления информационно-консультационной службы.

Опыт показывает, что реализация на практике ИКС отдельных решений не всегда приносит необходимый эффект, а при проведении целостной системы мероприятий по совершенствованию управления, в которой каждая из составляющих может быть реализована, приносить эффект только в сочетании, в совокупности со всеми другими - достигаются значительные положительные результаты. В перспективе эффективнее будут работать не те организации, которые сегодня имеют оптимальную систему управления и в дальнейшем оставят ее неизменной, а те, в которых правильно поставлено дело совершенствования управления ИКС, последовательно осуществляется процесс организации управления.

## 4. Организация труда работников информационно-консультационной службы.

При совершенствовании управления ИКС необходимо учитывать специфические условия конкретных объектов совершенствования, в том числе экономические, организационные, социально-психологические особенности соответствующих коллективов, их традиции, образовательный уровень их членов и т.п. Одно и то же мероприятие, вполне оправдавшее себя и сразу принятое в одних условиях, может потребовать для своего внедрения в других условиях длительного времени и необходимости целого ряда доработок и уточнений. Поэтому необходимо еще на стадии проектирования прогнозировать возможные последствия предполагаемых мероприятий с целью их планирования или предупреждения, хотя и не все из этих последствий можно с определенностью предвидеть.

## 5. Оценка эффективности и совершенствование системы управления.

Стратегия и особенности управления информационно-консультационной службы в АПК. Система органов управления информационно-консультационной службы. Зарубежный опыт управления информационно-консультационной службы. Механизмы управления деятельностью.

Организация труда работников информационно-консультационной службы. Планирование работы аппарата управления ИКС, его отдельных звеньев и работников.

Информационное обеспечение управления информационно-консультационной службой. Оценка эффективности и совершенствование системы управления. Оценка эффективности деятельности отдельных работников информационно-консультационной службы.

## 1.6. Лекция № 6 (2 часа)

## **Тема: Планирование и организация работы информационно-консультационной службы**

### **1.6.1 Вопросы лекции**

1. Необходимость и специфика планирования в информационно-консультационной службе.
2. Виды планирования в информационно-консультационной службе.
3. Процесс планирования.

### **1.6.2 Краткое содержание вопросов**

- 1.Необходимость и специфика планирования в информационно-консультационной службе.

Необходимость и специфика планирования в информационно-консультационной службе. Планирование на различных уровнях управления. Виды планирования. Процесс планирования.

Формирование подразделений на основе выполняемых функций, географического расположения, программ, категорий пользователей, оказываемых услуг. Определение полномочий и компетенции в области принятия решений, линейная и функциональная субординация, должностные обязанности и права сотрудников, координация работ.

2. Виды планирования в информационно-консультационной службе.

Существует целый ряд методов установления обратной связи с товаропроизводителями. Все они имеют определенные преимущества и недостатки (учитывая конкретную ситуацию), и многие могут использоваться в сочетании друг с другом с целью получения наиболее приемлемого результата. Методы классифицируются следующим образом:

- 1) индивидуальные;
- 2) коллективные;
- 3) сбор информации из вторичных источников.

Индивидуальные методы – сбор данных путем проведения индивидуальных опросов. К ним относятся:

а) индивидуальные собеседования используются для получения обратной связи от менее образованной части сельхозтоваропроизводителей или для выяснения сложных проблем, по которым накоплено мало информации. При этом вопросы могут быть как структурированными, так и неструктурированными в зависимости от решаемых задач и имеющегося в распоряжении работника ИКС времени. Информацию полученную с помощью структурированных вопросов, проще обраба-

тывать, анализировать, обобщать и т. п.; б) опросы работников других организаций. Информация, полученная от сельских учителей, квалифицированных и опытных

рабочих и т. д., т. е. от таких людей, которые имеют постоянные и тесные контакты с сельскими товаропроизводителями и обладают высокими профессиональными знаниями. Опрос таких людей позволяет получить достаточно точные данные по проблемам; в) анкетирование – более структурированный по сравнению с собеседованием метод и может реализовываться с использованием телефонной связи, по почте или путем распространения анкет среди групп населения, на собраниях, по итогам обучения и т. п. Для повышения достоверности результатов анкетирования его рекомендуется делать анонимным, что повышает уровень ответственности отвечающих; г) неформальное индивидуальное наблюдение. Консультанты и специалисты, как правило, обладают большим опытом, много путешествуют и работают непосредственно с сельхозтоваропроизводителями.

3. Процесс планирования.

Управление - определение целей деятельности и организации работ группы людей таким образом, чтобы эти цели достигались по завершении деятельности; процесс

планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать цели организации и достичь их.

Функция планирования предполагает решение вопроса о том, какими должны быть цели организации, что должна делать организация и ее члены для их достижения. По сути и содержанию функция планирования должна отвечать на следующие три вопроса:

1. В каком состоянии организация находится в настоящее время?
2. В каком направлении хочет двигаться организация?
3. Каким образом организация собирается сделать это?

Сущность планирования состоит в обосновании целей и способов их достижения на основе выявления комплекса задач и работ, а также определения эффективных методов и способов, ресурсов всех видов, необходимых для выполнения этих задач и установления их взаимодействия.

Основная цель — интеграция всех членов организации для решения комплекса задач и выполнения работ, обеспечивающих эффективное достижение конечных результатов.

Планирование — систематическая подготовка принятия решений о целях, средствах и действиях путем целенаправленной сравнительной оценки различных альтернатив в ожидаемых условиях.

Рыночное планирование — внутрихозяйственной деятельности на различных предприятиях и фирмах состоит в разработке вариантов желаемого будущего и нахождения путей более эффективного приближения к нему.

Внутрифирменное планирование — это взаимосвязанная научная и практическая деятельность людей, предметом изучения которой выступает система свободных рыночных отношений между трудом и капиталом в ходе производства, распределения и потребления материальных и духовных ценностей.

## **1.7. Лекция № 7 (2 часа)**

### **Тема: Маркетинг услуг информационно-консультационной службы**

#### **1.7.1 Вопросы лекции**

1. Формирование маркетинговой политики и стратегии информационно-консультационной службы.
2. Ценообразование на платные информационно-консультационные услуги как один из важнейших элементов маркетинговой стратегии.
3. Методы проведения маркетинговых исследований в области информационно-консультационных услуг.

#### **1.7.2 Краткое содержание вопросов**

1. Формирование маркетинговой политики и стратегии информационно-консультационной службы.

Формирование маркетинговой политики и стратегии информационно-консультационной службы. Ценообразование на платные информационно-консультационные услуги как один из важнейших элементов маркетинговой стратегии. Методы проведения маркетинговых исследований в области информационно-консультационных услуг. Методы продажи информационно-консультационных услуг. Привлечение новых клиентов и взаимодействие с ними.

2. Ценообразование на платные информационно-консультационные услуги как один из важнейших элементов маркетинговой стратегии.

*Финансовые выгоды клиентов* являются важной составляющей привлекательности задания. Определение *финансовых выгод клиентов* — необходимый этап разработки плана маркетинга.

Руководители ИКС должны признать ошибочность ценообразования, построенного только на основе затрат, и его вредное влияние на прибыль. Калькуляция цены услуги должна отражать условия рынка, учитывать выгоды клиентов.

Многие консультанты заведомо занижают цену действительно инновационных услуг, потому что сообразуются с интересами потенциальных клиентов(которым неизвестна ценность услуги), их возможностями заплатить за эти услуги (сколько они готовы заплатить). *Забудьте о том, сколько потребители были готовы платить вначале.* Вместо этого определите истинную ценность услуги, финансовые и другие выгоды клиентов, а затем разработайте план маркетинга, который помог бы довести до их сознания эту ценность и гарантировать ее.

Таким образом, выбор цены - дело тех, кто лучше других понимает клиентов, кто должным образом исходит из соответствующих финансовых соображений.

### 3. Методы проведения маркетинговых исследований в области информационно-консультационных услуг.

Маркетинг ИКС охватывает самые важные шаги в привлечении клиентов - определить продукт, рынок и круг клиентов, идентифицировать их потребности, провести рекламную кампанию, продать услуги, качественно обслужить клиентов и постараться не потерять их.

С другой стороны маркетинг - это программа консультирования сельских товаропроизводителей, которая решает многие проблемы формирования рыночно-ориентированных систем управления сельскохозяйственными предприятиями: проблемы стратегии и тактики конкурентной борьбы за рынки сбыта, маркетингового анализа бизнес планов, разработки планов маркетинга, проведения ревизии маркетинговой деятельности и другие.

## 1.8. Лекция № 8 (2 часа)

**Тема: Методы работы информационно-консультационной службы (4 ч).**

### 1.8.1 Вопросы лекции

1. Индивидуальные методы работы. Преимущества и недостатки индивидуальных методов.
2. Групповые методы работы информационно-консультационной службы. Преимущества и недостатки групповых методов.
3. Массовые методы работы информационно-консультационной службы. Преимущества и недостатки массовых методов.

### 1.8.2 Краткое содержание вопросов

1. Индивидуальные методы работы. Преимущества и недостатки индивидуальных методов.

Коммуникационные процессы в информационно-консультационной службе. Эффективная коммуникация. Факторы, влияющие на коммуникационный процесс.

Индивидуальные методы работы информационно-консультационной службы. Посещение хозяйств специалистом информационно-консультационной службы: планирование, цель визита, подготовка необходимой информации, принципы общения с товаропроизводителем, подведение итогов визита. Посещение сельскими товаропроизводителями специалиста информационно-консультационной службы: подготовка к посещению, прием посетителей и особенности проведения беседы. Ведение корреспонденции. Телефонные переговоры. Неформальные контакты. Контакты во время ярмарок, выставок, праздников. Преимущества и недостатки индивидуальных методов.

2. Групповые методы работы информационно-консультационной службы. Преимущества и недостатки групповых методов.

Групповые методы работы информационно-консультационной службы. Групповые дискуссии - планирование, подготовка, организация и проведение дискуссий. Групповые демонстрации и демонстрационные (полевые) дни. Организация и проведение полевого дня. Демонстрационные опыты: основные требования, типы, основные этапы проведения, схема показа опытов. Посещение (экскурсии) хозяйств в других районах - планирование и организация. Преимущества и недостатки групповых методов.

3. Массовые методы работы информационно-консультационной службы. Преимущества и недостатки массовых методов.

Массовые методы работы информационно-консультационной службы. Использование телевидения, радио, журналов, газет, видео- и аудио- продукции. Выставки и ярмарки. Интернет-технологии в работе службы. Роль СМИ в привлечении внимания, создании осведомленности, стимулировании интереса и распространении информации общего характера.

Методы анализа использования различных средств распространения информации и выбор наиболее действенных методов или сочетания методов.

Психологические аспекты информационно-консультационной деятельности.

### **1.9. Лекция № 9 (2 часа)**

#### **Тема: Механизм обратной связи в информационно-консультационной службе**

##### **1.9.1 Вопросы лекции**

1. Понятие и задачи обратной связи в информационно-консультационной службе.
2. Виды обратной связи.
3. Факторы, влияющие на оценку пользователями качества услуг ИКС.
4. Методы установления обратной связи.

##### **1.9.2 Краткое содержание вопросов**

1. Понятие и задачи обратной связи в информационно-консультационной службе. Понятие и задачи обратной связи в информационно-консультационной службе. Виды обратной связи. Факторы, влияющие на оценку пользователями качества услуг ИКС. Методы установления обратной связи.
2. Виды обратной связи.

Существует целый ряд методов установления обратной связи с пользователями. Все они имеют определенные преимущества и недостатки (учитывая конкретную ситуацию) и многие могут использоваться в сочетании друг с другом с целью получения наиболее приемлемого результата. Методы обратной связи группируются следующим образом:

- индивидуальные;
- коллективные;
- сбор информации из вторичных источников.

3. Факторы, влияющие на оценку пользователями качества услуг ИКС.

Методы установления обратной связи

Коллективные методы получения обратной связи в ИКС позволяют устанавливать и поддерживать связь между участниками. Информация может предоставляться в письменной или устной форме при опросе групп населения. Успех реализации методов зависит от компетенции работников ИКС, занимающихся их реализацией, знаний и желания участников занять активную позицию в интерактивном коллективном процессе. К основным коллективным методам обратной связи относятся:

1. Дельфийский метод.
2. Тематическое собеседование.
3. Номинальный коллективный метод.
4. Неформальные коллективные методы.

## **2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ**

### **2.1 Практическое занятие № 1 (5 часа).**

**Тема: Сущность, задачи и принципы деятельности информационно-консультационной службы**

#### **2.1.1 Задание для работы**

1. Цель, задачи, основные принципы и направления деятельности информационно-консультационной службы

2. История создания информационно-консультационных служб в России

Идеи А. Чаянова о сельскохозяйственном консультировании

3. Роль информационно-консультационных служб в развитии аграрного сектора экономики. Информационно-консультационная служба как инструмент региональной и аграрной политики. Условия, необходимые для успешного функционирования службы

4. Современное состояние информационно-консультационных служб в России

#### **2.1.2 Краткое описание проводимого занятия**

Студенты выступают с докладами по вопросам практического занятия. Выступления могут сопровождаться мультимедийными презентациями, видеофильмами, другими иллюстрационными материалами. После каждого выступления проводится дискуссия с вовлечением всех студентов группы. Преподаватель руководит дискуссией, задает вопросы, выступает экспертом в случае спорной ситуации.

#### **2.1.3 Результаты и выводы**

В конце занятия преподаватель подводит итоги, делает выводы, выдает задание на следующее занятие.

### **2.2 Практическое занятие № 2 (5 часа).**

**Тема: Взаимоотношения ИКС со сторонними организациями**

#### **2.2.1 Задание для работы**

1. Предпосылки и необходимость внешних связей ИКС

2. Связи ИКС со СМИ

3. Связи ИКС с образовательными учреждениями

4. Связи ИКС с административными, правительственныеими и финансовыми организациями

5. Функции фермерских организаций

#### **2.2.2 Краткое описание проводимого занятия**

Студенты выступают с докладами по вопросам практического занятия. Выступления могут сопровождаться мультимедийными презентациями, видеофильмами, другими иллюстрационными материалами. После каждого выступления проводится дискуссия с вовлечением всех студентов группы. Преподаватель руководит дискуссией, задает вопросы, выступает экспертом в случае спорной ситуации.

#### **2.2.3 Результаты и выводы**

В конце занятия преподаватель подводит итоги, делает выводы, выдает задание на следующее занятие.

### **2.3 Практическое занятие № 3 (5 часа).**

**Тема: Зарубежный опыт функционирования информационно-консультационных служб.**

#### **2.3.1 Задание для работы**

1. ИКС в Нидерландах
2. ИКС в Германии
3. ИКС в США
4. ИКС в Дании
5. ИКС в Польше
6. ИКС в Великобритании
7. ИКС в Шотландии
8. ИКС в Финляндии

### **2.3.2 Краткое описание проводимого занятия**

Студенты выступают с докладами по вопросам практического занятия. Выступления могут сопровождаться мультимедийными презентациями, видеофильмами, другими иллюстрационными материалами. После каждого выступления проводится дискуссия с вовлечением всех студентов группы. Преподаватель руководит дискуссией, задает вопросы, выступает экспертом в случае спорной ситуации.

### **2.3.3 Результаты и выводы**

В конце занятия преподаватель подводит итоги, делает выводы, выдает задание на следующее занятие.

## **2.4 Практическое занятие № 4 (5 часа)**

**Тема: Экономическая оценка деятельности ИКС**

### **2.4.1 Задание для работы**

1. Необходимость и актуальность оценки
2. Классификация оценок
3. Мониторинг как метод экономической оценки
4. Оценка эффективности ИКС Оренбургской области

### **2.4.2 Краткое описание проводимого занятия**

Студенты выступают с докладами по вопросам практического занятия. Выступления могут сопровождаться мультимедийными презентациями, видеофильмами, другими иллюстрационными материалами. После каждого выступления проводится дискуссия с вовлечением всех студентов группы. Преподаватель руководит дискуссией, задает вопросы, выступает экспертом в случае спорной ситуации.

### **2.4.3 Результаты и выводы**

В конце занятия преподаватель подводит итоги, делает выводы, выдает задание на следующее занятие.

## **2.5 Практическое занятие № 5 (5 часа)**

**Тема: Информационные технологии в консультационной деятельности**

### **2.5.1 Задание для работы**

1. Понятие современной информационной технологии
2. Цели применения современных информационных технологий в ИКС
3. Классификация и характеристика информационных технологий
4. Информация как ресурс предпринимательской деятельности

### **2.5.2 Краткое описание проводимого занятия**

Студенты выступают с докладами по вопросам практического занятия. Выступления могут сопровождаться мультимедийными презентациями, видеофильмами, другими иллюстрационными материалами. После каждого выступления проводится дискуссия с вовлечением всех студентов группы. Преподаватель руководит дискуссией, задает вопросы, выступает экспертом в случае спорной ситуации.

### **2.5.3 Результаты и выводы**

В конце занятия преподаватель подводит итоги, делает выводы, выдает задание на следующее занятие.

## **2.6 Практическое занятие № 6 (5 часа)**

**Тема: Кадровое обеспечение ИКС**

### **2.6.1 Задание для работы**

1. Кадровое обеспечение ИКС в современных условиях
2. Принципы и методы подбора персонала для ИКС
3. Оценка персонала ИКС
4. Аттестация кадров как форма оценки персонала ИКС

### **2.6.2 Краткое описание проводимого занятия**

Студенты выступают с докладами по вопросам практического занятия. Выступления могут сопровождаться мультимедийными презентациями, видеофильмами, другими иллюстрационными материалами. После каждого выступления проводится дискуссия с вовлечением всех студентов группы. Преподаватель руководит дискуссией, задает вопросы, выступает экспертом в случае спорной ситуации.

### **2.6.3 Результаты и выводы**

В конце занятия преподаватель подводит итоги, делает выводы, выдает задание на следующее занятие.

## **2.7 Практическое занятие № 7 (4 часа)**

**Тема: Методы работы информационно-консультационной службы**

### **2.7.1 Задание для работы**

1. Классификация массовых методов работы ИКС
2. Цели использования массовых методов и их особенности
3. Роль СМИ в работе ИКС
4. Преимущества и особенности групповых методов работы ИКС
5. Классификация групповых методов
6. Недостатки и преимущества индивидуальных методов

### **2.7.2 Краткое описание проводимого занятия**

Студенты выступают с докладами по вопросам практического занятия. Выступления могут сопровождаться мультимедийными презентациями, видеофильмами, другими иллюстрационными материалами. После каждого выступления проводится дискуссия с вовлечением всех студентов группы. Преподаватель руководит дискуссией, задает вопросы, выступает экспертом в случае спорной ситуации.

### **2.7.3 Результаты и выводы**

В конце занятия преподаватель подводит итоги, делает выводы, выдает задание на следующее занятие.

Разработал: \_\_\_\_\_ Л.Ю.Фирсова