МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 00B702B62B2039803F6B5D5BD273DA9854
Владелец: Шимановская Янина Васильевна
Действителен: с 02.07.2024 до 25.09.2025

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ И ПРОГРАММАМИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.04.02 Туризм

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Стратегическое управление туристскими проектами

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля).

Методы и средства обучения, основные методические приемы

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

№	Содержание (кратко)	Методы и средства

п/п		обучения
1	**Тема 1.1. Концептуальные основы разработки проекта: ключевые фазы, методы и показатели эффективности, роль субъектов управленческой деятельности при разработке и реализации проекта.** Понятие проекта и его отличие от задачи, рабочего задания. Проект как объект управления в органах власти. Проект как бизнес-процесс. Типы проектов. Специфика социальных проектов. Жизненный цикл проекта: понятие, специфика работки, закономерности. Модели жизненного цикла проекта: каскадная модель, итерационная модель, спиральная модель, инкрементная модель. Их преимущества и недостатки. Формирование проектного замысла. Концептуализация проекта. Спецификация. Определение целей и содержания проекта. Планирование в проектной деятельности. Бюджет проекта и ресурсные планы. Порядок разработки сметы проекта. Методы проведения экспертизы проекта. Оценка инновационных проектов. Показатели эффективности проекта. Контроль исполнения календарных планов проекта. Контроль стоимости проекта. Методы обеспечения и контроля качества. Организационная структура управления проектом, принципы построения организационных структур управления проектами, факторы выбора организационных структур управления проектами, влияние корпоративной культуры на выбор организационной структуры управления проектами. Функциональная структура управления проектами, проектная структура, матричная структура управления проектами (слабая матрица, сбалансированная матрица, сильная матрица). Проектные структуры: преимущества и недостатки. Управление человеческими ресурсами проекта. Команды проекты: понятие и виды. Концепция развития команды проекта. Гибкие методы управления проектами и роль проектных команд. Управление коммуникациями проекта. Схемы организационных взаимоотношений и сфер ответственности при разработке и реализации проекта. Управление конфликтами в проекте. Основы управления организационными изменениями в проектной деятельности. Стандарты описания компетенций менеджера проекта. Понятие «проектный офис», типы проектных офисов, функции проектного офиса, разработка концепции и структуры проектного офиса, определение стандартов и методологии проектного офиса, этапы внедрения проектного офиса в современных компаниях. Проектные офисы в органах власти: понятие, особенности, полномочия.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
2	**Тема 1.2. Проектная деятельность в государственном и муниципальном управлении.** **Инструменты реализации стратегии развития территории.** Стратегическое планирование развития территории и его инструменты. Государственные программы, национальные проекты, кластеры, государственно-частное партнерство. Сущность и особенности программно-целевых и проектных методов в государственном управлении. Понятие и роль программно-целевого метода в управлении. Понятие и роль проектного метода в управлении. Соотношение программно-целевого и проектного методов в управлении. Исторический опыт развития программно-целевого метода. Трансформация программно-целевого планирования и управления в процессе проведения рыночных реформ в РФ. Проектное управление в органах государственной власти. Проекты- как объекты управления в органах власти. Понятие проекта и проектного управления. Проектное управление в органах государственной власти. Нормативно-правовое и организационное обеспечение	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

	проектной деятельности органов власти. Государственное регулирование проектного управления в органах исполнительной власти. Методические рекомендации федерального проектного офиса. Перевод государственных программ на принципы проектного управления. Государственные, региональные и муниципальные программы. Федеральные государственные программы и проекты как основные инструменты реализации стратегических планов социально-экономического развития. Обзор государственных региональных и муниципальных программ. Национальные, федеральные, региональные проекты РФ. Характеристика национальных проектов, федеральных и региональных проектов. Соответствие национальных проектов целям развития РФ. Анализ на соответствие требованиям к разработке проектов. Методические основы разработки проектов и программ. Паспорт проекта (программы). Критерии отбора проблем для программной проработки. Структура и содержание программ. Методика формирования государственных программ. Содержательный анализ программ и проектов. Компетенции участников проектной деятельности. Система компетенций участников проектной деятельности. Требования к должностям государственной гражданской службы в связи с внедрением проектного управления.	
3	**Тема 2.1. Организационные основы управления программой.** Понятие программы, ее отличие от проекта. Особенности управление программой (на уровне бизнес-структуры, на уровне муниципального образования/региона/государства). Модель зрелости управления портфелями, программами и проектами (P3M3). Стандарты управления программами. Требования к управлению программой. Организация управления программой. Процесс инициации программы. Процессы планирования программы. Процесс контроля выполнения программы и управления изменениями программы. Процесс завершения программы. Национальные проекты и программы стратегического развития.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
4	**Тема 2.2. Процедуры управления портфелем проектов: сущность, основные этапы, оптимизация и эффективность.** Понятие портфеля проектов. Преимущества портфельного управления. Виды портфеля проектов. Цели управления портфелем проектов. Этапы управления портфелем проектов. Инструменты управления портфелем проектов. Активная и пассивная модели управления портфелем проектов. Задачи портфельного управления проектами. Организационная структура управления портфелем проектов. Функциональная структура управления портфелем проектов. Инвентаризации портфеля проектов. Перегрузка портфеля проектами: отбор и расстановка приоритетов. Оптимизации портфеля проектов. Балансировка портфеля проектов.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ПРОЦЕДУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ НА ЭТАПАХ ЕГО ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА.

Тема практического занятия: Концептуальные основы разработки проекта. Ключевые фазы, методы и показатели эффективности.

Цели занятия: сформировать представление об основах разработки проекта

Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1.	Концептуальные основы разработки проекта. Ключевые фазы, методы и показатели эффективности.	Опрос, презентации, оценка знаний студентов
2.	Роль субъектов управленческой деятельности при разработке и реализации проекта	Дебаты

Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Темы расчетного практического задания:

1. Возьмите за основу любую проектную идею (например, открытие своего бизнеса, выпуск нового товара, проведение масштабного мероприятия, реализацию социального проекта, проекта по развитию территории муниципального образования/региона и т.п.). Предложите для нее модель жизненного цикла. Рассчитайте количество и состав фаз жизненного цикла проекта. Обоснуйте свой выбор.

2. Построить и рассчитать временные параметры модели сетевого графика, исходные данные взять в таблице.

Название работы	Продолжительность работы	Упорядочение работ
A	10	1) Работы C, I, G являются исходными работами проекта, которые могут выполняться одновременно. 2) Работы E и A следуют за работой C. 3) Работа H следует за работой I. 4) Работы D и J следуют за работой G. 5) Работа B следует за работой E. 6) Работа K следует за работами A и D, но не может начаться прежде, чем не завершится работа H. 7) Работа F следует за работой J.
B	8	
C	4	
D	12	
E	7	
F	11	
G	5	
H	8	
I	3	
J	9	
K	10	

3. Заполните лист спецификации работ любого проекта (на выбор студента). В качестве шаблона заполнения спецификации можно использовать, представленную ниже таблицу.

Перечень работ	**Единица измерения**	**Стоимость всего**	**Сроки исполнения**	**Ограничения/допущения**

Перечень тем рефератов:

1. Проектный подход как инструмент повышения эффективности деятельности органов власти.
2. Эффекты внедрения проектного управления в деятельность органов власти
3. Особенности управления проектами в государственном секторе
4. Российские и международные стандарты управления проектами
5. Необходимость совершенствования программно-целевого метода управления
6. Государственное регулирование управления проектами в органах власти
7. Методическое обеспечение проектного управления в органах власти
8. Организационное обеспечение проектного управления в органах власти
9. Национальные, федеральные, ведомственные и региональные проекты и их
10. соотношение
11. Организационная структура проектной деятельности в органах власти
12. Федеральные, региональные и ведомственные проектные офисы

13. Функции Проектного офиса Правительства РФ и регионального проектного офиса
14. Национальные проекты в социальной сфере
15. Государственные программы и проекты в системе управления социальной защиты
16. населения
17. Национальные проекты в здравоохранении
18. Государственные программы и проекты в сфере культуры
19. Государственные программы и проекты в образовании
20. Государственные программы и проекты в сфере ЖКХ
21. Разработка региональных проектов
22. Проблемы реализации государственных программ и национальных проектов
23. Проблемы реализации региональных проектов
24. Трансформация программно-целевого планирования и управления в процессе проведения рыночных реформ в РФ.
25. Федеральные государственные программы и проекты как основные инструменты реализации стратегических планов социально-экономического развития
26. Эффективность и результативность государственных программ и проектов.
27. Роль проектов в развитии современных организаций.
28. Команда проекта и ее типы.
29. Методы проведения экспертизы проекта.
30. Процесс инициации проекта.
31. Процесс планирования содержания проекта
32. Процесс разработки расписания.
33. Процесс планирования бюджета проекта.
34. Процесс планирования персонала проекта.
35. Процесс планирования закупок в проекте,
36. Процесс планирования рисков.
37. Процесс планирования обмена информацией в проекте.
38. Процесс планирования управления изменениями в проекте.
39. Процесс организации исполнения проекта.
40. Процесс контроля исполнения проекта.
41. Процесс завершения проекта.

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММОЙ И ПОРТФЕЛЕМ ПРОЕКТОВ.

Тема практического занятия: Концептуальные основы разработки проекта. Ключевые фазы, методы и показатели эффективности.

Цели занятия: сформировать представление об основах управления программой и портфелем проектов.

Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Организационные основы управления программой.	Опрос, презентации, оценка знаний студентов
2.	Процедуры управления портфелем проектов: сущность, основные этапы, оптимизация и эффективность	Дебаты

Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Процедуры управления портфелем проектов: сущность, основные этапы, оптимизация и эффективность.

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Темы расчетного практического задания:

1. Взять за основу любую организацию/муниципальное образование. Определить стратегическую цель и задачи ее/его развития. Составить пул проектов, которые могли бы помочь в достижении стратегических задач развития организации/муниципального образования. Описать актуальность, стоимость, возможность реализации в современных условиях, значимость для решения стратегических задач и пр. Сформировать рейтинг проектов и провести их отбор в портфель проектов на общую стоимость 10/50 млн. руб. В портфеле расставляем приоритеты реализации проектов. Рассмотреть влияние выбранного портфеля проектов на изменение состояния организации/муниципального образования. Рассчитать риски от внедрения вашего портфеля проектов.
2. Рассчитайте мультипликативный эффект от поддержки гражданских культурных инициатив в форме субсидий некоммерческим организациям (НКО), которые являются создателями собственных творческих мастерских, культурных центров, музеев.
3. Имеются следующие данные о стоимости работ по проекту из вашего портфеля проектов. Рассчитайте показатели, которых не хватает, чтобы заполнить таблицу. На основе рассчитанных данных примите решение: 1) о перспективах данного проекта 2) о целесообразности использования таких инструментов портфельного управления, как: балансировка портфеля, максимизация его стоимости и пр. Какие действия по управлению портфелем проектов вы предпримите?

Работа	**Плановые затраты (BCWS), руб.**	**Освоенный объем (BCWP), руб.**	**Фактические затраты (ACWP), руб.**	**Отклонение по затратам**		**Отклонение по расписанию**	
				CV, руб.	**CVP, руб.**	**SV, руб.**	**SVP, руб.**
1	55 000	50 000	52 000				
2	42 000	42 000	43 500				
3	38 000	25 000	27 000				
4	15 000	5 000	3 000				
Всего							

Перечень тем рефератов:

1. Требования к управлению программой.
2. Требования к управлению портфелем проектов.
3. Процесс планирования содержания и выгод программы.
4. Преимущества управление портфелем проектов
5. Сущность управления портфелем проектов.
6. Виды портфелей проектов.
7. Формирование портфеля проектов.
8. Жизненный цикл управления портфелем проекта.
9. Организация управления портфелем проектов.
10. Процесс формализации процедур управления и параметров оценки портфеля проектов.
11. Процесс идентификации и оценки компонентов портфеля проектов.
12. Процесс оптимизации и балансировки портфеля проектов.
13. Ключевые цели национальных проектов.
14. Финансовое и ресурсное обеспечение национальных проектов.
15. Программы и планы развития российских территорий.
16. Показатели эффективной реализации Национальных проектов и программ.
17. Риски реализации национального проекта (рассмотреть на примере одного из нацпроектов).

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Процедуры управления проектом на этапах его жизненного цикла.	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 2. Основы управления программой и портфелем проектов	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Ключевые понятия проектного управления.
2. Принципы внедрения проектного управления в органах публичной власти.
3. Особенности управления проектами в современных организациях.
4. Признаки проекта и его отличие от рабочих заданий/задач.
5. Развитие методологии проектной деятельности: отечественный и зарубежный опыт.
6. Международные организации/ассоциации проектного управления.
7. Особенности жизненного цикла проекта.
8. Принципы развертывания жизненного цикла проекта.
9. Фазы жизненного цикла проекта.
10. Факторы выбора модели жизненного цикла проекта.
11. Участники проекта.
12. Команда проекта и команда управления проектом: соотношение понятий, состав.
13. Роли членов команды проекта.
14. Системный подход в управлении проектами.
15. Постановка цели проекта.
16. Управление проектом в организации с функциональной структурой.
17. Календарно-сетевое планирование и особенности построения диаграммы Ганта.
18. Выбор формы организации проекта.
19. Общие принципы построения организационных структур управления проектами.
20. Виды проектов в органах государственной власти (приоритетные, внешние, внутренние проекты).
21. Проектная и процессная деятельность в органах власти
22. Проектно-ориентированная м процессно-ориентированная модель управления
23. Предпосылки внедрения процессного подхода в деятельность органов власти
24. Эффекты внедрения проектного управления в деятельность органов власти
25. Особенности управления проектами в государственном секторе
26. Цели и принципы управления проектами в органах власти
27. Российские и международные стандарты управления проектами
28. Государственное регулирование управления проектами в органах власти
29. Методическое обеспечение проектного управления в органах власти
30. Организационное обеспечение проектного управления в органах власти
31. Национальные, федеральные, ведомственные и региональные проекты и их соотношение
32. Паспорт национального проекта (программы)

33. Требования к национальным и федеральным проектам
34. Организационная структура проектной деятельности в органах власти
35. Федеральные, региональные и ведомственные проектные офисы
36. Функции Проектного офиса Правительства РФ и регионального проектного офиса
37. Целеполагание и декомпозиция работ в проектах органов власти
38. Программно-целевой метод: основные черты, признаки, особенности
39. Классификация программ
40. Государственные программы – основной инструмент программно-целевого планирования и управления
41. Инвестиционные проекты в составе государственной программы
42. Подпрограммы в составе государственной программы
43. Социально-экономическая эффективность государственной программы
44. Финансирование государственных программ

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Проектный подход как инструмент повышения эффективности деятельности органов власти.
2. Роль проектов в развитии современных организаций.
3. Команда проекта и ее типы.
4. Методы проведения экспертизы проекта.
5. Процесс инициации проекта.
6. Процесс планирования содержания проекта
7. Процесс разработки расписания.
8. Процесс планирования бюджета проекта.
9. Процесс планирования персонала проекта.
10. Процесс планирования закупок в проекте,
11. Процесс планирования рисков.
12. Процесс планирования обмена информацией в проекте.
13. Процесс планирования управления изменениями в проекте.
14. Процесс организации исполнения проекта.
15. Процесс контроля исполнения проекта.
16. Процесс завершения проекта.
17. Эффекты внедрения проектного управления в деятельность органов власти
18. Особенности управления проектами в государственном секторе
19. Российские и международные стандарты управления проектами
20. Необходимость совершенствования программно-целевого метода управления
21. Государственное регулирование управления проектами в органах власти
22. Методическое обеспечение проектного управления в органах власти
23. Организационное обеспечение проектного управления в органах власти
24. Национальные, федеральные, ведомственные и региональные проекты и их
25. соотношение
26. Организационная структура проектной деятельности в органах власти
27. Федеральные, региональные и ведомственные проектные офисы
28. Функции Проектного офиса Правительства РФ и регионального проектного офиса
29. Национальные проекты в социальной сфере
30. Государственные программы и проекты в системе управления социальной защиты
31. населения
32. Национальные проекты в здравоохранении
33. Государственные программы и проекты в сфере культуры
34. Государственные программы и проекты в образовании
35. Государственные программы и проекты в сфере ЖКХ
36. Разработка региональных проектов

37. Проблемы реализации государственных программ и национальных проектов
38. Проблемы реализации региональных проектов
39. Трансформация программно-целевого планирования и управления в процессе проведения рыночных реформ в РФ.
40. Федеральные государственные программы и проекты как основные инструменты реализации стратегических планов социально-экономического развития
41. Эффективность и результативность государственных программ и проектов.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Современные возможности использования модели организационной зрелости управления проектами (любой на выбор).
2. Контрольное событие программы.
3. Расписание программы (календарный план программы).
4. Ограничение программы.
5. Ролевая (организационная) структура управления программами.
6. Куратор программы и его роль.
7. Руководитель программы и его роль.
8. Инициация программы в организации/органах власти.
9. Процесс планирования бюджета программы.
10. Процесс организационного планирования программы.
11. Процесс планирования управления рисками программы.
12. Процесс планирования коммуникаций программы.
13. Процесс планирования управления изменениями программы.
14. Процесс обеспечения исполнения программы.
15. Процесс запуска проекта программы.
16. Процесс контроля выполнения программы и управления изменениями программы.
17. Процесс приемки результатов проектов и организация использования промежуточных выгод программы.
18. Процесс закрытия проекта программы.
19. Процесс завершения программы.
20. Задачи портфельного управления проектами.
21. Схема организационной структуры управления портфелем проектов.

1.

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Требования к управлению программой.
2. Требования к управлению портфелем проектов.
3. Процесс планирования содержания и выгод программы.
4. Преимущества управление портфелем проектов
5. Сущность управления портфелем проектов.
6. Виды портфелей проектов.
7. Формирование портфеля проектов.
8. Жизненный цикл управления портфелем проекта.
9. Организация управления портфелем проектов.
10. Процесс формализации процедур управления и параметров оценки портфеля проектов.
11. Процесс идентификации и оценки компонентов портфеля проектов.
12. Процесс оптимизации и балансировки портфеля проектов.
13. Ключевые цели национальных проектов.
14. Финансовое и ресурсное обеспечение национальных проектов.
15. Программы и планы развития российских территорий.
16. Показатели эффективной реализации Национальных проектов и программ.
17. Риски реализации национального проекта (рассмотреть на примере одного из нацпроектов).

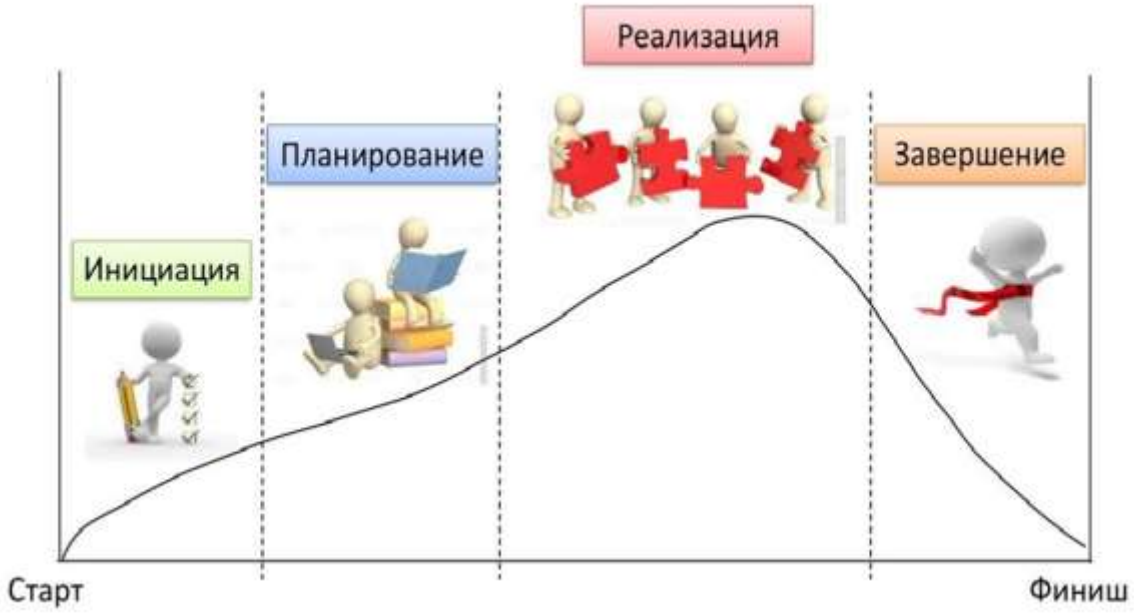
П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

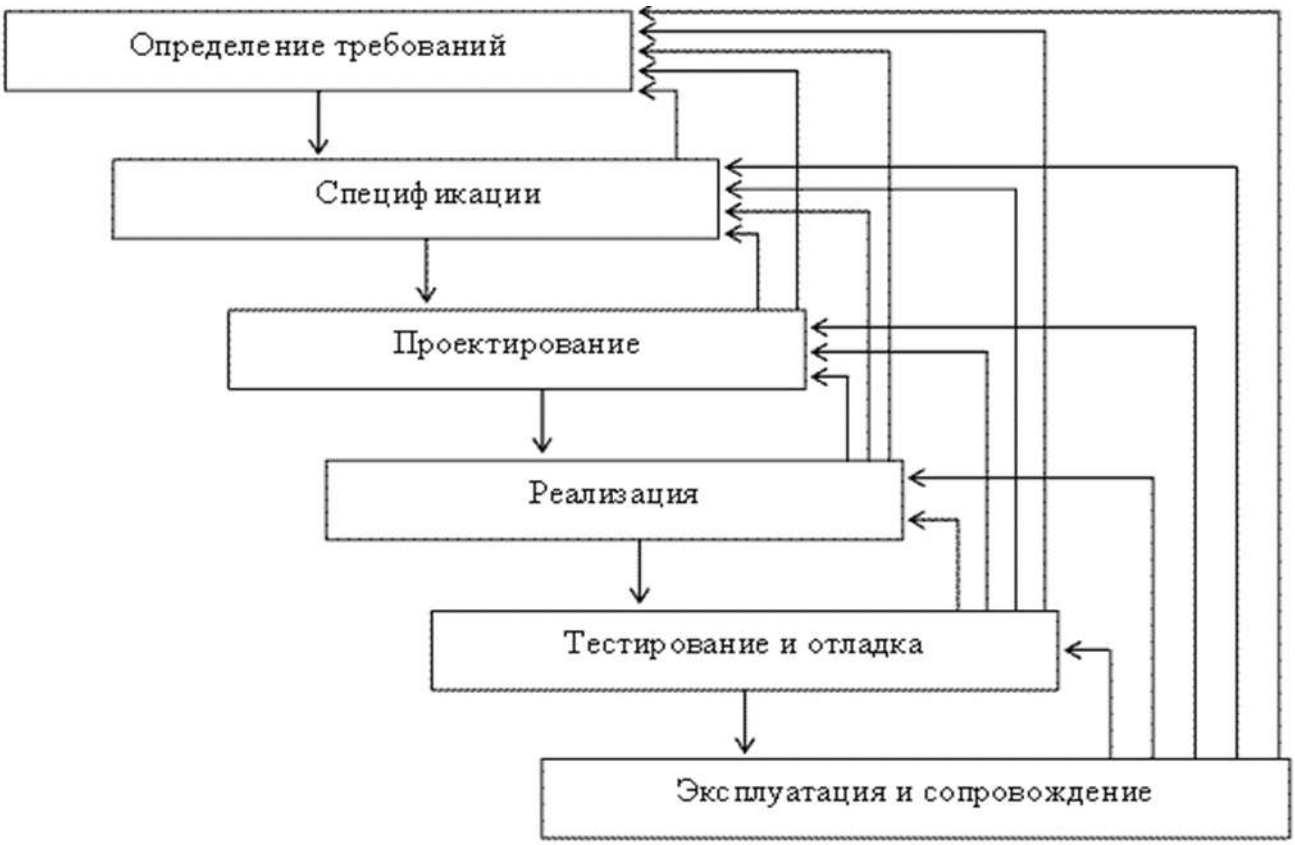
РАЗДЕЛ 1. ПРОЦЕДУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ НА ЭТАПАХ ЕГО ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА.

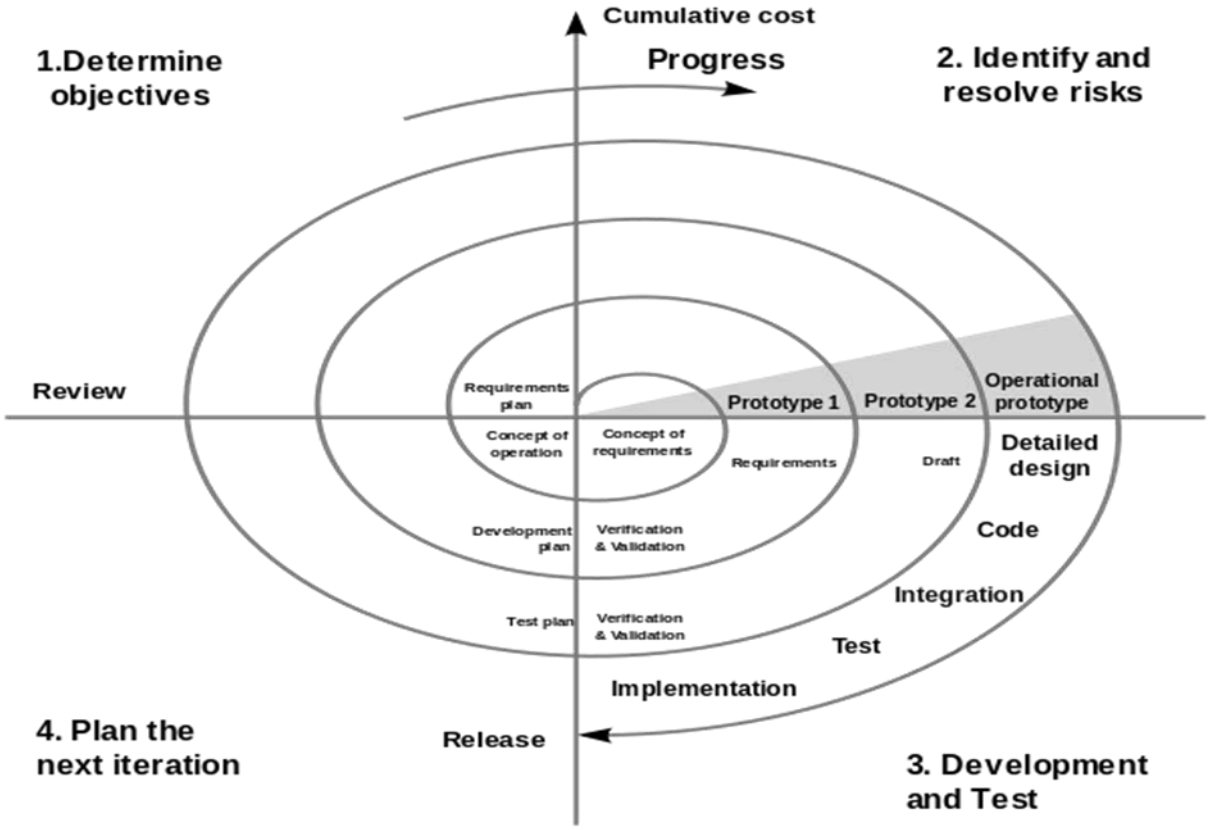
Тема 1.1. Концептуальные основы разработки проекта: ключевые фазы, методы и показатели эффективности, роль субъектов управленческой деятельности при разработке и реализации проекта.

Традиционный менеджмент	Управление проектами
Ответственность за поддержание «статус-кво»	Ответственность за возникающие изменения. Преобладание инновационной деятельности
Полномочия определены организационной структурой, которая достаточно стабильна	Неопределенность полномочий. Организационные структуры создаются и действуют в рамках проектного цикла
Устойчивый круг задач	Постоянно изменяющийся круг задач
Основная задача – оптимизация	Основная задача – разрешение конфликтов
Успех определяется достижением промежуточных функциональных результатов	Успех определяется достижением установленных конечных целей




Реализация
Планирование
Завершение
Инициация
Старт
Финиш


Определение требований
Спецификации
Проектирование
Реализация
Тестирование и отладка
Эксплуатация и сопровождение


Cumulative cost
Progress
1.Determine objectives
2. Identify and resolve risks
Review
Requirements plan
Concept of operation
Concept of requirements
Prototype 1
Prototype 2
Operational prototype
Requirements
Draft
Detailed design
Development plan
Verification & Validation
Code
Integration
Test plan
Verification & Validation
Test
Implementation
4. Plan the next iteration
Release
3. Development and Test

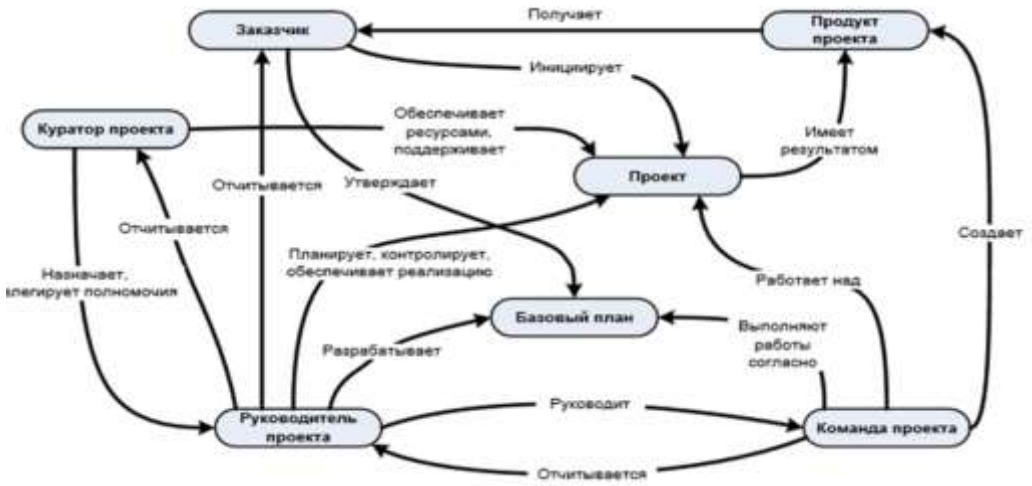

Окружение проекта
Внешняя среда (дальнее окружение проекта)
Внешняя среда (ближнее окружение проекта)
Внутренняя среда проекта
Политика
Инфраструктура
Экономика
Руководство предприятия
Сфера финансов
Экология
Другие сферы и отделы
Сфера сбыта
Общество
Стиль руководства
Организация
Участники
Команда
Коммуникации
Информационное и другое обеспечение
Экономические и социальные условия
Прочие факторы
Сфера инфраструктуры
Сфера изготовления
Природа
Сфера обеспечения
Законы и право
Культура
Наука и техника

Таблица №3 Сравнение показателей проекта и показателей конкурентов.

Область сравнения	Рынок А		Рынок Б	
	Проект	Конкуренты	Проект	Конкуренты
Качество				
Количество				
Уникальность				
Цены				
Ассортимент				
Сервис				
Надежность				
Реклама				
Имидж				

Матрица SWOT-анализа

		Внешняя среда предприятия	
		Возможности (O)	*Угрозы (T)*
Внутренняя среда предприятия	*Сила (S)*	Поле SO	Поле ST
	Слабость (W)	Поле WO	Поле WT



Членство

- какие категории сотрудников организации входят в состав рабочей команды

Цели и функции

- какие цели и задачи ставятся перед рабочей командой; какие функции выполняет команда

Жизненный цикл

- какова продолжительность периода времени существования рабочей команды

Управление

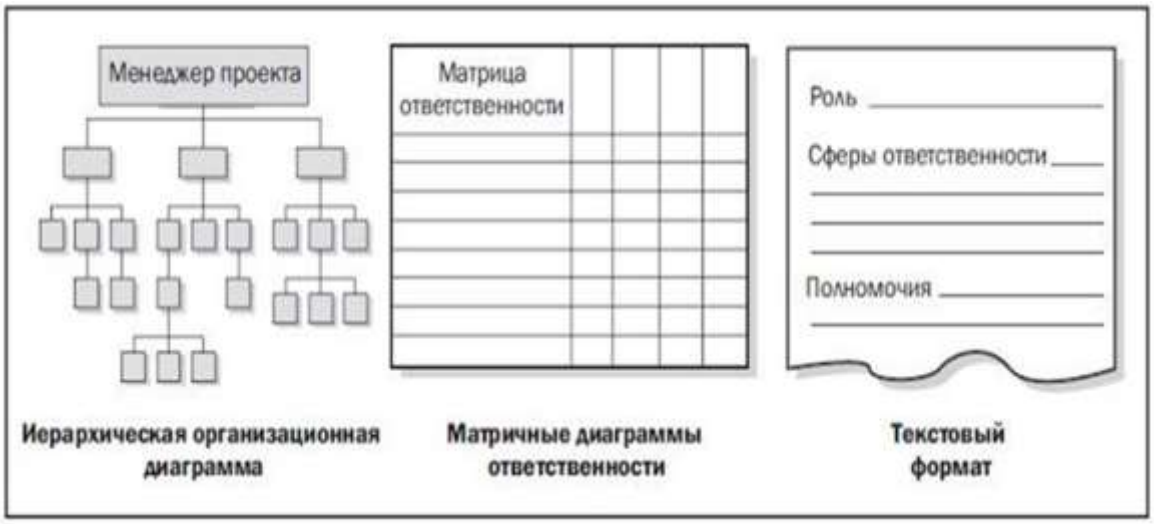
- каким образом осуществляется руководство рабочей командой

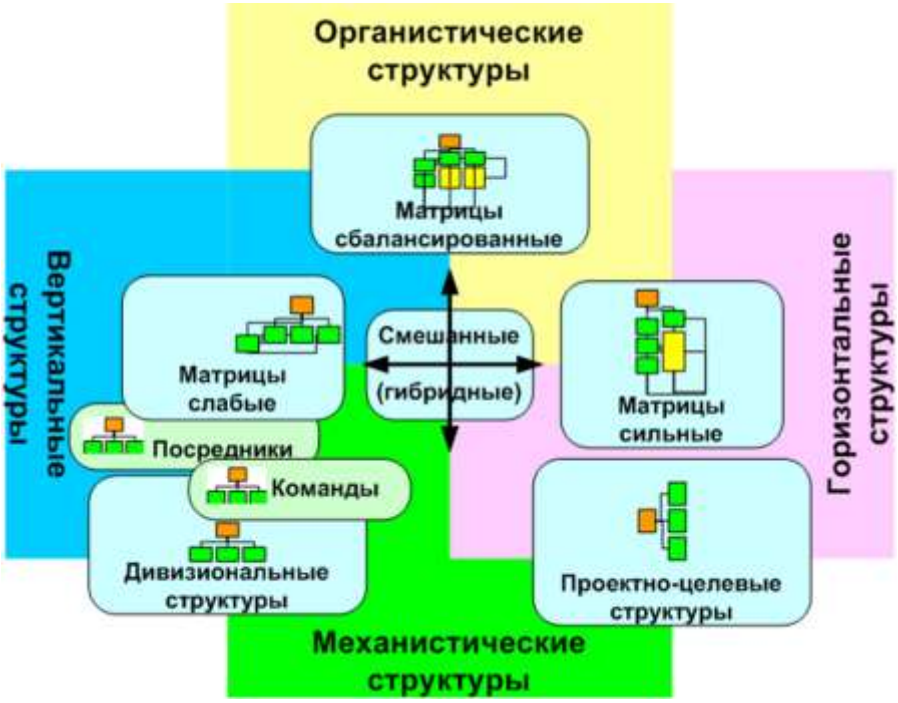
Взаимодействие

- какие формы отношений используются в процессе функционирования рабочей команды

Методы

- какими способами и средствами пользуются команды для достижения поставленных целей



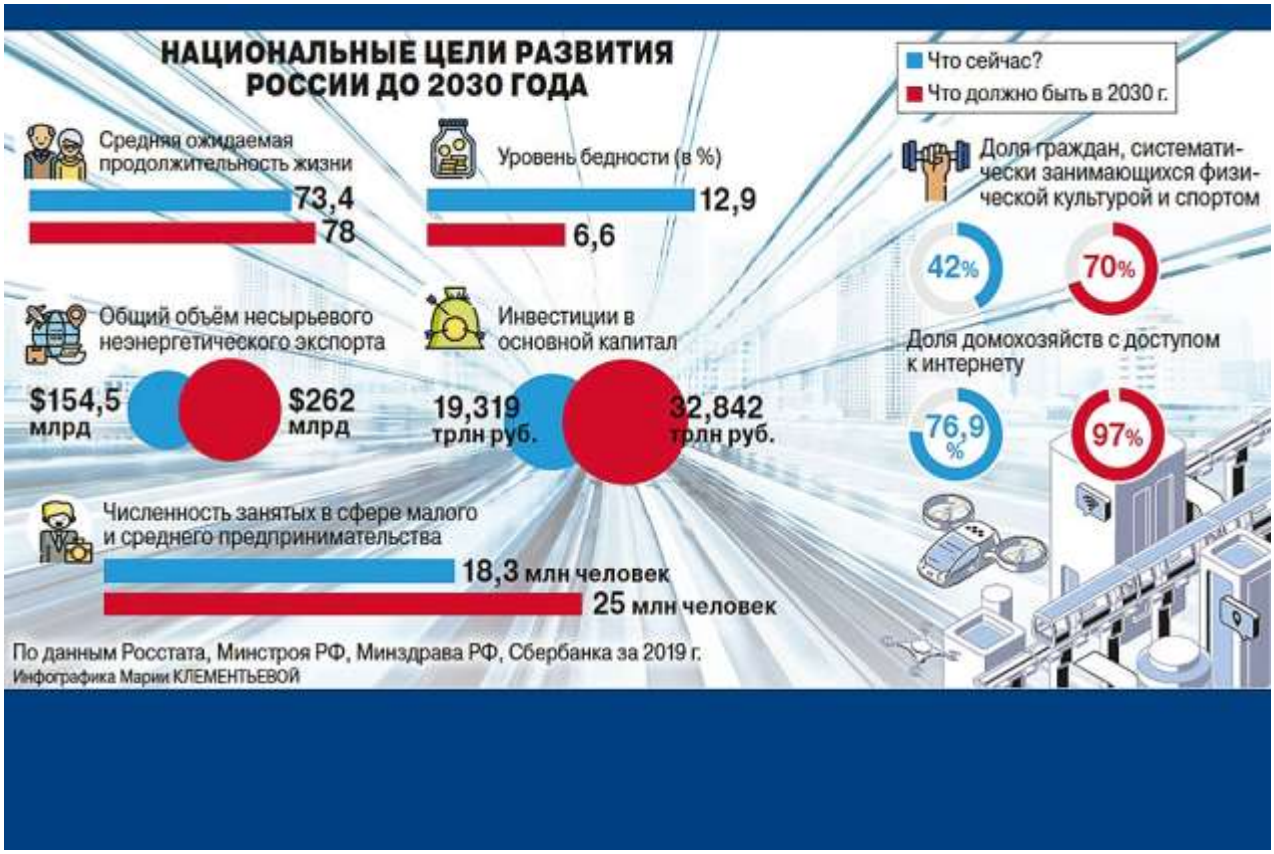


Тема 1.2. Проектная деятельность в государственном и муниципальном управлении.



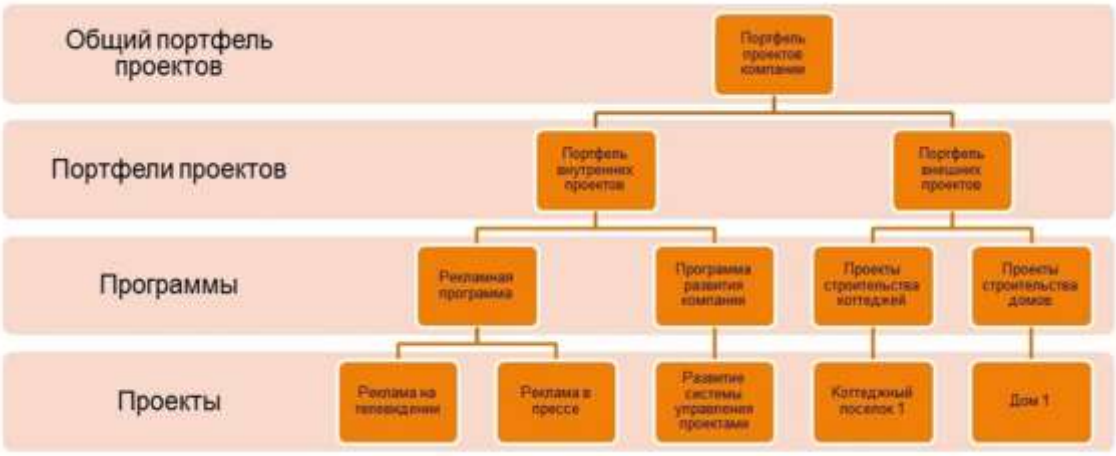


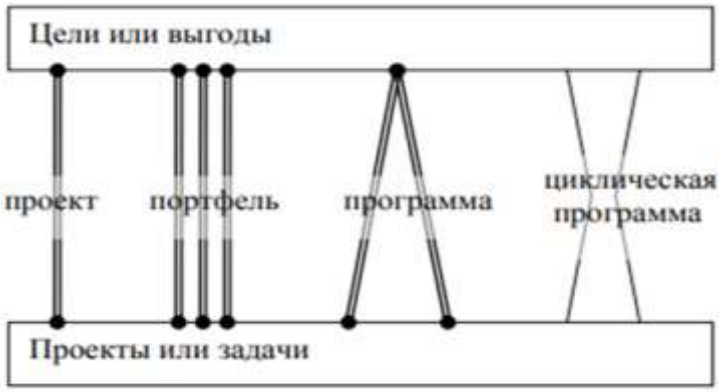




РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММОЙ И ПОРТФЕЛЕМ ПРОЕКТОВ

Тема 2.1. Организационные основы управления программой





Основные понятия менеджмента программы и их взаимосвязь



Тема 2.2. Процедуры управления портфелем проектов: сущность, основные этапы, оптимизация и эффективность.



Задачи портфельного управления проектами:

- обеспечение инновационной деятельности компании;
- обеспечение развития компании;
- обеспечение операционной деятельности компании;
- повышение эффективности работы компании;
- повышение эффективности распределения бюджетов по группам проектов.

Преимущества управление портфелем проектов

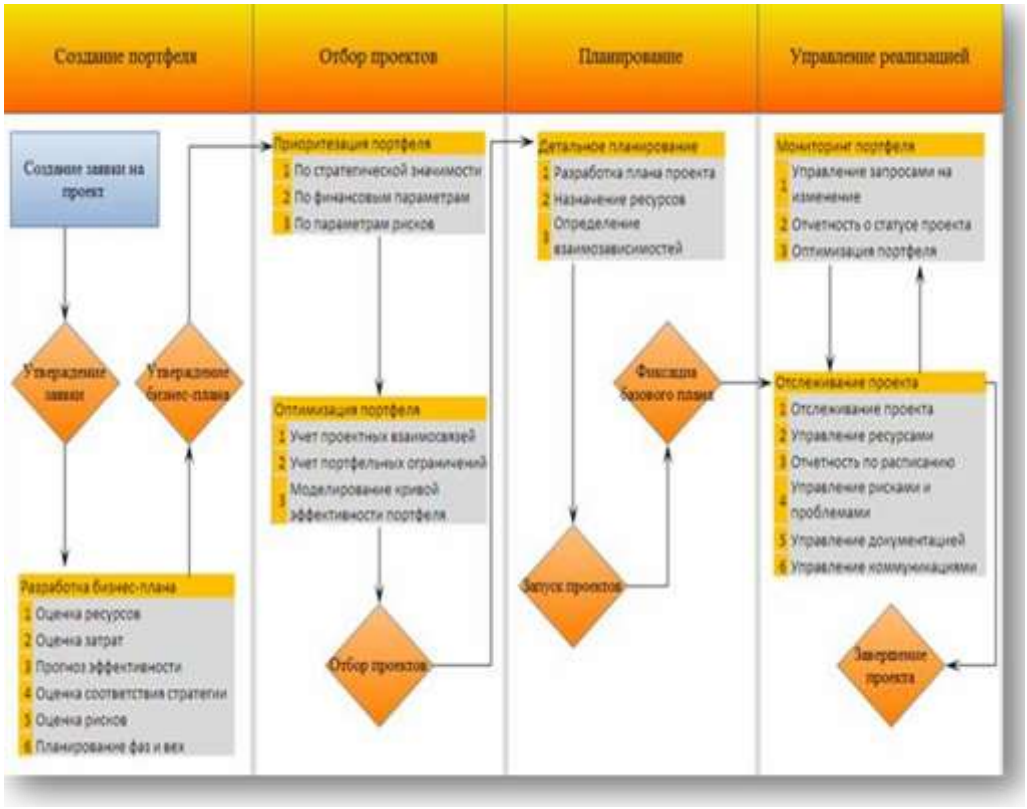
- определение наиболее выгодных для компании путей развития, с учетом финансовых ограничений, принятых политик и правил;
- четкость в реализации стратегических планов и достижении стратегических целей;
- сокращение расхода ресурсов компании на ненужные проекты;
- повышение эффективности использования ресурсов на имеющихся проектах.



Высокоуровневые понятия менеджмента портфеля проектов и их взаимо-связь






Создание портфеля
Отбор проектов
Планирование
Управление реализацией
Создание заявки на проект
Утверждение заявки
Утверждение бизнес-плана
Разработка бизнес-плана
1 Оценка ресурсов
2 Оценка затрат
3 Прогноз эффективности
4 Оценка соответствия стратегии
5 Оценка рисков
6 Планирование фаз и вех
Приоритезация портфеля
1 По стратегической значимости
2 По финансовым параметрам
3 По параметрам рисков
Оптимизация портфеля
1 Учет проектных взаимосвязей
2 Учет портфельных ограничений
3 Моделирование кривой эффективности портфеля
Отбор проектов
Детальное планирование
1 Разработка плана проекта
2 Назначение ресурсов
3 Определение взаимозависимостей
Фиксация базового плана
Запуск проектов
Мониторинг портфеля
1 Управление запросами на изменение
2 Отчетность о статусе проекта
3 Оптимизация портфеля
Отслеживание проекта
1 Отслеживание проекта
2 Управление ресурсами
3 Отчетность по расписанию
4 Управление рисками и проблемами
5 Управление документацией
6 Управление коммуникациями
Завершение проекта

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ РОССИИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.04.02 Туризм

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Стратегическое управление туристскими проектами

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы

Работа с литературой

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема 1.1. лекционного занятия: Место отечественной культуры в истории мировой культуры. Культура Древней Руси

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Определение культуры. Типы и виды культур. Место и значение культуры в историческом развитии народов. Происхождение и занятия славян. Поселения типа городищ. Древние ремесла. Язычество восточных славян. Византийская (христианская) культура. Создание славянской азбуки. Кирилл и Мефодий.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

Тема 1.2. лекционного занятия: Культура России периода Средневековья

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: Древнерусские города как центры культуры. Храм как центр художественной и духовной жизни. Литература IX - середины XIII в. Жанровые особенности Древнерусской литературы. Жития. Хождения. Поучения. Летописи. Выдающиеся достижения древнерусской литературы. «Повесть временных лет». «Слово о полку Игореве». Утверждение независимости княжества. Формирование местных культурных центров. Искусство Древней Руси (IX - середина XIII в.). Каменное зодчество в русских землях XII- начала XIII в. Появление архитектурных школ в XII в. Материальная культура Руси. Костюм, украшения, ремесло. Повседневная жизнь жителей домонгольской Руси. Берестяные грамоты. Татарское нашествие и русская культура. Культурные последствия походов монголо-татар для Руси. Людские и материальные потери. Сохранение отдельных очагов культуры. Литература эпохи татаро-монгольского нашествия. Москва и Тверь как культурные центры. Святой Сергий Радонежский и религиозно-нравственное возрождение Руси. Культурный подъём второй половины XIV-начала XV в. Национальный подъём после Куликовской битвы. Выдающиеся мастера иконописи. Творчество А. Рублева. Образования централизованного государства (вт. пол. XV – XVI вв.). Единое государство: экономика, общество, культура. Социальное расслоение общества. Культурная политика Ивана IV. Социально-философская доктрина «Москва – третий Рим». Архитектура Московского царства. Пути развития русского искусства в XVI в. Просвещение в XVI в. Начало книгопечатания. Материальная культура русского народа в XVI в. Период Смутного времени. Народно-патриотическое движение.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

Тема 1.3. лекционного занятия: Культура периода Российской империи XVIII - XIX вв.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: XVII век — начало Нового времен. Старина и новизна в русской культуре. Укрепление связей с Европой. Немецкая слобода. Формирование светской эстетики живописи. Эпоха Петра I (1682-1725).

Культурные преобразования в России на рубеже XVII – XVIII вв. Значение личного участия Петра I в преобразовании культуры и быта России. Европейская ориентация в культурной политике Петра I. Новые идеалы светской культуры. Тенденции просветительства. Создание Московского университета. Новые архитектурные стили. Эпоха Екатерины II. Формирование дворянской культуры. Русское Просвещение. Расцвет художественной культуры. Реформаторская деятельность Александра I. Отечественная война 1812. Декабристское движение. Правление Николая I. Введение цензуры. Реформа системы образования. Теория «официальной народности». «Славянофилы» и «западники». «Золотой век» русской культуры. Литература. Архитектура. Живопись. Развитие научной мысли в России.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

Тема 2.1. лекционного занятия: Серебряный век русской культуры (конец XIX – начало XX вв.)

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: состояние русской культуры в конце XIX - начале XX века. Традиции и новаторство. Общие эстетические установки символизма как философии культуры. Художественный авангард начала XX в. Связь между направлениями в живописи и в литературе. Реалистическая живопись этого периода и ее взаимодействие с новыми направлениями. Театральное действо и театр как ведущий вид искусства. Философия театра этот период. Развитие русского кино. Развитие русской музыки. Русская культура 1917-1920-х годов как завершение серебряного века.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

Тема 2.2. лекционного занятия: Культура СССР и России XX в.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: культурная революция. Советская государственная культурная политика. Эпоха НЭПа. Марксистско-ленинская (материалистическая) наука и искусство. Ужесточение идеологической цензуры. Массовые репрессии. Великая Отечественная война. Милитаризация культуры. «Церковное возрождение». Хрущевская «оттепель». Холодная война. Расцвет советской культуры. Брежневская эпоха «застоя». Явление диссидентства. Неофициальная и официальная культура.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

Тема 2.3. лекционного занятия: Культура России конца XX – начала XXI вв.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией: культура эпохи «перестройки». Распад СССР. Культура в современной России. Советская культура в эпоху перестройки и гласности. Политика открытости по отношению к мировой культуре. Трансформация культуры в условиях рыночной экономики Массовая культура постсоветского времени. Роль интернета в современной культурной ситуации России. Содержание и направленность изменений в отечественной культуре в период спецоперации.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема 1.1. Место отечественной культуры в истории мировой культуры. Культура Древней Руси.

Форма практического задания: работа с источником (контрольная работа), опрос с элементами научной дискуссии.

1. работа с источником (контрольная работа)

Примерный перечень тем к контрольной работе:

Даны несколько берестяных грамот, прочитайте их и напишите письменную работу, в которой ответьте на следующие задания:

1. Что вы знаете о берестяных грамотах, какова их роль в изучении истории России? Опишите о чём говорится в каждой из грамот в выбранном вами варианте.

2. Определите кем являлись авторы данных грамот, их пол и социальное положение. Чем занимались или могли заниматься авторы данных грамот

3. Воспользуйтесь предложенной литературой или дополнительными источниками и опишите как могли жить авторы данных грамот или сословие, к которому они принадлежат в период с XII по XV века (Средневековой Руси). Их повседневную жизнь, права и обязанности. Так же можете описать определенный аспект из жизни представителей данного сословия, описанный в грамоте или найденный вами в других источниках, например: брак, суд, хозяйская деятельность и прочее.

Вариант 1

Текст

…| … [п]о[кле](п)аеть сего 40-ми резанами. А замъке келе, а двьри келе, а господарь въ не тяже не дее. А продаи клеветьника того. А оу сего смьръда въз[яти] епископоу ---------- смьрьди побити клеветьник[а] … (|…)

Перевод

"…обвиняет этого (человека) в ущербе на 40 резан. А замок цел, и двери целы, и хозяин по этому поводу ущерба не предъявляет. Так что накажи штрафом того обвинителя. А с этого смерда епископа должен получить (указана сумма). (могут ведь?/если же захотят?) смерды избить обвинителя."

Вариант 2

Текст

На Бояне въ Роусе гривна. На Житоб(о)[у]де въ Роусе 13 коуне и гривна истине. На Лоуге на Негораде 3 коуне и гривна съ намы. На Добровите съ людьми 13 коуне и гривна. На Нежьке на Прожневици полъ гривне, на Сироме без дъвоу ногатоу гривна. На Шелоне на Добромысле 10 коунъ, на Животтъке 2 гривне кроупемь. Серегери на Хъмоуне и на Дрозьде 5 гривнъ бес коуне. На Азъгоуте и на погощахъ 9 коунъ семее гривне. | Доубровьне на Хрипане 16 третьее гривне.

Перевод

За Бояном в Русе гривна. За Житобудом в Русе основного долга 13 кун и гривна. На Луге за Негорадом 3 куны и гривна долга и процентов. За Добровитом с людьми 13 кун и гривна, за Неж-

ком Прожневичем полгривны, за Сиромом(омой?) гривна без двух ногат. На Шелони за Добромыслом 10 кун, за Животком 2 гривны обломками (серебра). На Селигере за Хмуном(ной?) и за Дроздом 5 гривен без куны, за Азгутом и за погощанами 6 гривен и 9 кун. В Дубровне за Хрипаном 2 гривны и 19 (кун).

Вариант 3

Текст

---------- ... (к)[ъ] тобе тришьдъ. А в сю неделю цеть до мень зъла имееши оже е[с]и къ мъне н[ь при]ходиль? А язь тя есм(ь им)ела акы братъ собе. Ци ouже ти есмь задела сълюци? А тобе веде яко есть не годьнъ. Аже бъ ти годьнъ то [из] оцью бы ся вытьрьго притькль ...

...----------...

... [ны]не к[ъ]дь инодь. Въспиши жъ ми [пр]о ---------- ...[тьбь] хаблю. Ци ти боудоу задела своимъ бьзоумьемь, аже ми ся поцьньши насмихати, а соудить Бг [и] моя хоудостъ.

Перевод

... (Я посылала?) к тебе трижды. Что за зло ты против меня имеешь, что в эту неделю (воскресенье?) ты ко мне не приходил? А я к тебе относилась как к брату! Неужели я задела тебя тем, что посылала (к тебе)? А тебе, я вижу, это не любо. Если бы тебе было любо, то ты бы вырвался из-под (людских) глаз и пришел... (пропущено 2 строки) ... теперь где-нибудь в другом месте. Отпиши же мне про ... (пропущено 6-8 слов) ... (смысл совсем неясен, варианты – я никогда - не? если хочешь, то я?) тебя брошу. Может быть, я тебя по своему неразумию задела, но если ты начнешь надо мною насмехаться, то суди тебя Бог и моя худость (=я).

Вариант 4

Текст

…/ Несъдицеви полъ пяте реза[не, а] (мъ)не еси въдале дъве коуне. Цто же за м[ъ](но)[ю] твориши, [за] мъною осмь коунъ и гривьна. Поиди же въ горо(дъ) – [мо]гоу ся съ тобою яти на водоу.

Перевод

… [Ты дал (?)] Несдичу четыре с половиной резаны, а [мне] ты дал две куны. Что же ты утверждаешь, будто за мной восемь кун и гривна? Пойди же в город – могу вызваться с тобой на испытание водой.

Вариант 5

Текст

Грамота отъ Жизномира к Микоуле. Коупилъ еси робоу Плъскове, а ныне мя въ томъ яла кънягыни. А ныне ся дроужина по мя пороучила. А ныне ка посъли къ томоу моужеви грамотоу: е ли оу него роба? А се ти хочоу, коне коупив и къняжъ моужъ въсадивъ, та на съводы. А ты атче еси не възалъ коунъ техъ, не емли ничъто же оу него.

Перевод

Грамота от Жизномира к Микуле. Ты купил рабыню во Пскове, а теперь меня за это схватила (подразумевается: уличая в краже) княгиня. Но за меня поручилась дружина. А ты теперь пошли к тому мужу грамоту: есть ли у него рабыня? (или: у него ли рабыня?) А я вот хочу, коня (или: коней) купив и посадив [на коня] княжеского мужа, [идти] на очные ставки. А ты, если [еще] не взял тех денег, не бери у него ничего.

Вариант 6

Текст

Сторона 1.

+ Отъ Ивана къ Дристьливоу. Аже то [на]мъ възяле еси Павловъ (а) [н]а Прокопе взяти. А взяле ли [е]си а в[ъзь]ми –з---доу-е. А възя[ле а] (пр)[и]съ[ли т]акоую же весть семо [ол]и есмь саме в[ь]хоу [лих]в[оу въ]дале.

Сторона 2.

(О)тъ Дристлива къ Виваноу. Не възяле есмь ни векъше ни ви[д]алъ его. Толико възяль есмь я Прокопье възялъ без ногате гривьня.

Перевод

От Ивана к Дристливу. Если ты взял Павловы проценты, то [нужно] взять у Прокопьи. Если же ты [уже] взял, то возьми (для Завида?). Если же [и это] взял, то пришли об этом весть сюда, пока я сам не отдал все проценты (то есть по своим собственным долгам).

От Дристлива к Ивану. Я ни взял ни векши (т.е. ни гроша) и [даже] не видел его. Я взял только у Прокопьи, (и) взял без ногаты гривну.

Вариант 7

Текст

+ От Нежеке ко Завиду. Чемоу не восолеши чето ти есемо водала ковати? Я дала тобе, а Нежяте не дала. Али чимо есемо виновата, а восоли отроко. А водале ми еси хамече. А чи за то не даси, а восоли ми весть. А не сестра я вамо оже тако делаете, не исправить ми ничето же. А во три колотоке вокуе то ти. 4 золотьнике во кольцю тию.

Перевод

От Нежки к Завиду. Почему ты не присылаешь то, что я тебе дала выковать? Я дала тебе, а не Нежате. Если я что-нибудь должна, то посылай отрока (судебного исполнителя). Ты дал мне полотнишко: если поэтому не отдаешь (то, что я дала выковать), то извести меня. А (тогда) я вам не сестра, если вы так поступаете, не исполняете для меня ничего! Так вкуй же (отданный тебе металл) в три колтка; его четыре золотника в тех двух кольцах.

Вариант 8

Текст

Покланяние от Ефрема къ братоу моемоу Исоухие. Не распрашавъ розгневася: мене игоумене не поустиле. А я прашалъся, нъ посълалъ съ Асафъмь к посадьникоу медоу дела. А пришьла есве оли звонили. А чемоу ся гневаеши? А я вьсьгда оу тебе. А соромъ ми оже ми лихо мълвляше. И покланяю ти ся братьче мои, то си хотя мълви. Ты еси мои, а я твои.

Перевод

Поклон от Ефрема к брату моему Исухии. Ты разгневался, не расспросив: меня игумен не пустил. А я отпрашивался, но он послал (меня) с Асафом к посаднику за медом. А пришли (мы) двое, когда уже звонили. Зачем же ты гневаешься? Ведь я всегда при тебе. А зазорно мне, что ты злое мне говорил. И (все же) кланяюсь тебе, братец мой, хоть ты и такое говори. Ты мой, а я твой.

Вариант 9

Текст

(Г)р[а](мота) о[тъ гю]р[ьг]я къ отьчеви и къ матери. Продавъше дворъ идите же семо

Смольньску ли Киевоу ли: дешеве ти хлебе. Али не идете а присъте ми грамотичу сторови ли есте.

Перевод

Грамота от Гюргия к отцу и к матери. Продавши двор, идите сюда – в Смоленск или в Киев: дешев (здесь) хлеб. Если же не пойдете, то пришлите мне грамотку, как вы живы-здоровы.

Вариант 10

Текст

От Жировита к Стоянови. Како ты оу мене и честное древо възъямь и вевериць ми не присълещи то девятое лето. А не присълещи ми полоу пяты гривьны, а хоцоу ти выройти въ тя лоуцьшаго новъгорожанина. Посъли же добръмь.

Перевод

От Жировита к Стояну. С тех пор, как ты поклялся мне на кресте и не присылаешь мне денег, идет девятый год. Если же не пришлешь мне четырех с половиной гривен, то я собираюсь за твою вину конфисковать товар у знатнейшего новгородца. Пошли же добром.

2. опрос с элементами научной дискуссии

Вопросы для обсуждения:

1. Геополитическое положение России и особенности культуры
2. Влияние христианской (византийской) культуры на культуру Древней Руси.
3. Крещение Руси: история и значение.
4. Первое южнославянское влияние. Церковно-славянский язык как основной для литературы Древней Руси
5. Святые правители Киевской Руси

Тема 1.2. Культура России периода средневековья.

Форма практического задания: подготовка реферата/эссе, опрос с элементами научной дискуссии.

1. подготовка реферата/эссе

Перечень тем рефератов/эссе:

1. «Повесть временных лет»: свидетельство эсхатологического восприятия истории
2. Древнерусские города как центры культуры.
3. Создание славянской азбуки. Кирилл и Мефодий.
4. Искусство Древней Руси (IX - середина XIII в.).
5. Каменное зодчество в русских землях XII- начала XIII в.
6. Литература эпохи татаро-монгольского нашествия.
7. Преподобный Сергий Радонежский и духовное возрождение Руси.
8. Происхождение и содержание социально-философской доктрины «Москва – третий Рим».
9. Начало книгопечатания в России
10. Народно-патриотическое движение в период Смутного времени.
11. Колонии иностранцев в российских столицах: культурная диффузия
12. Укрепление связей с Европой и культурные преобразования Петра I
13. "Петровское просвещение": переписка Петра Великого с Г.В. Лейбницем и Х. Вольфом

14. Столичная повседневность Петровской эпохи: трансформация быта.
15. Праздничная культура эпохи Петра Великого. Пародийно-кощунственные ритуалы как символическое преодоление Московии
16. Барокко как стиль эпохи перемен в российской культуре
17. Парсуны первой половины XVIII в.
18. Историческая живопись российского классицизма
19. Регулярные парки: идея и воплощение
20. Классицизм как идеология Екатерининской эпохи
21. Сатира А.Д. Кантемира
22. Российский эпос XVIII в.: А.П. Сумароков, М.М. Херасков
23. Теория штилей М.В. Ломоносова
24. Российские академии: институциализация науки в России XVIII в
25. Екатерина Дашкова – президент двух академий.
26. Рококо в русской культуре
27. Русское просветительство: официальная и демократическая версии
28. Генеральные планы: регулярное градостроительство эпохи классицизма
29. Литературно-публицистическое творчество Екатерины II
30. Просветительские проекты И.И. Бецкого
31. Парадный портрет XVIII в.: от парсуности к психологизму
32. Романтизм в русской культуре
33. Михайловский замок - воплощение рыцарских идеалов Павла I
34. Ландшафтные парки: теория и практика
35. Н.М. Карамзин: писатель и историк
36. Академизм в русской культуре
37. "Золотой век" русской литературы
38. Историческая романистика: складывание жанра
39. Н.В. Гоголь: выражение религиозного мировоззрения в литературе
40. Церковная архитектура и искусство: от Петра I до Николая II
41. Славянофилы и западники: поиск культурной идентичности
42. "Русские ночи" В.Ф. Одоевского - романтическая критика западной цивилизации
43. "Семирамида": историко-философская концепция А.С. Хомякова
44. "Могучая кучка": формирование классики русской музыки
45. "Передвижники" - апологеты реализма
46. Ф.М. Достоевский: психологизм русской литературы второй половины XIX в.

2. опрос с элементами научной дискуссии

Вопросы для обсуждения:

1. Летописание Древней Руси (IX - середина XIII в.)
2. Культура Руси в период монголо-татарского ига.
3. Духовная культура Руси в XIV -XV вв. Рост национального самосознания и идеи единства Руси.
4. Нестяжатели и иосифляне. Складывание официальной идеологии самодержавия: Иван Грозный и Андрей Курбский
5. Зарождение новой культуры в XVII в., ее основные черты.

Тема 1.3. Культура периода Российской Империи XVIII - XIX вв.

Форма практического задания: создание наглядного пособия (стенда), опрос с элементами научной дискуссии.

1. проект – создание наглядного пособия (стенда)

Примерный перечень тем проектов:

6. Культурная география (географические аспекты феномена «культура»): история и содержание нового научного направления.
7. Русский Север как культурно-историческая целостность
8. Освоение Сибири и Дальнего Востока в XVII веке.
9. «Греческий проект» Екатерины II. Внешнеполитические итоги правления императрицы
10. Аляска: история освоения, открытия и продажи.
11. Новороссия: история и современность региона.
12. Политика Екатерины II по отношению к казачеству: От Упразднения Запорожской Сечи к дарованию Кубанских земель.

2. опрос с элементами научной дискуссии

Вопросы для обсуждения:

1. Петровская революция в культуре.
2. Церковное искусство начала синодального периода. Петровское барокко.
3. Классицизм и неоклассицизм: идеологические и дидактические функции искусства
4. Представители критического реализма в литературе 50-60-х ; «Могучая кучка» в музыке и «Передвижники» в живописи.
5. Позднеимперская культура России. "Воскрешение Московии": русский стиль 1880-1890-х гг.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Тема 2.1. Серебряный век русской культуры (конец XIX – начало XX вв.)

Форма практического задания: тестирование, опрос с элементами научной дискуссии.

1. тестирование

Примеры тестов:

1. Когда религиозно-философская мысль в России достигла своего расцвета:
а) в первой половине XIX века
б) в середине XIX века
в) в конце XIX века
г) в середине XX века

2. Кто занимал доминирующее положение в культуре второй половины XIX века:
а) дворянство
б) церковь
в) интеллигенция
г) рабочие и крестьяне

3. В центре внимания русской литературы второй половины XIX века были:
а) развлечения и детективные сюжеты
б) сущность человека и трагизм его бытия
в) интеллигенция
г) церковь

4. Какой стиль преобладал в архитектуре России во второй половине XIX в:
а) псевдорусский
б) рококо
в) конструктивизм
г) барокко

5. Кто является автором «Философического письма», опубликованного в 1836 году в журнале Телескоп и вызвавшего резкую критику властей?
а) Г. В. Белинский
б) А. С. Хомяков
в) П. Я. Чаадаев
г) А.И. Герцен

6. Кто является автором картины «Явление Христа народу»?
а) К. Брюллов
б) А. Иванов
в) А. Венецианов
г) В. Суриков

7. «Евгений Онегин», «Мазепа», «Пиковая дама», «Иоланта». Что объединяет эти названия:
а) это название балетов, созданных Н.Римским-Корсаковым
б) это название опер, автором которых является П.Чайковский
в) название поэм принадлежащих перу А.С. Пушкина
г) название произведений, написанных М. Лермонтовым

8. Назовите крупный художественный центр России, сыгравший значительную роль в возрождении и развитии основных направлений русского прикладного искусства в конце XIX- начале XX вв., организатором которого была М. Тенишева:
а) Абрамцево
б) Кусково
в) Талашкино

9. Художников «серебряного века» объединяет:
а) правдоискательство
б) борьба во имя свободы творчества и свободы духа
в) все вышеперечисленное

10. Родиной символизма и импрессионизма были:
а) Россия
б) Франция
в) Германия

11. Кому принадлежат стихи:
«Ночь, улица, фонарь, аптека.
Бессмысленный и тусклый свет.

Живи еще хоть четверть века –
Все будет так. Исхода нет»
а) М. Волошину
б) А. Ахматовой
в) А. Блоку
г) А.Фету

12. Модерн возник:
а) в Австро-Венгрии
б) Германии
в) Франции
г) России

13. Кто из перечисленных ниже был лауреатом Нобелевской премии по литературе?
а) М. Зощенко
б) А. Булгаков
в) А. Бродский

14. Спор славянофилов и западников был спором о:
а) познаваемости мира
б) природе добра и зла
в) о судьбах России и ее призвании
г) о первичности духа и материи

15. Какова была главная цель культурной революции в СССР?
а) утверждение марксистской идеологии в качестве государственной
б) ликвидация неграмотности населения
в) всесторонний расцвет духовной культуры

2. опрос с элементами научной дискуссии

Вопросы для обсуждения:

13. Понятие русского культурного ренессанса.
14. Переход к модернистским проектам общекультурного характера. Модерн в России: стиль, направление.
15. Декаданс как феномен конца XIX века в Европе и в России
16. Символизм как «миропонимание», эстетическая программа и художественный метод.
17. Массовая и элитарная культура русского Модернизма.

Тема 2.2. Культура СССР и России XX века

Форма практического задания: реферат, опрос с элементами научной дискуссии

1. реферат

Примерный перечень тем рефератов:

1. Стиль "модерн": ар-нуво в России
2. Классика в эпоху модерна: неоклассицизм в русской культуре
3. Толстовство как религиозно-социальное движение
4. Культура революционной эпохи.
5. Советская государственная культурная политика.
6. Поместный Собор 1917–1918 гг.: возрождение патриаршества и другие решения Собора

7. Патриарх Тихон: личность и деятельность.
8. Церковь в общественной и политической жизни начала XX в.
9. Социально-педагогическая работа с беспризорными детьми в начале советской власти.
10.
10. Дома-коммуны и новый быт в первое десятилетие советской власти.
11. Осоавиахим как пример сращивания добровольной общественной организации с государственным аппаратом. Его роль в подготовке населения к обороне страны.
12. Новомученики и исповедники Церкви Русской
13. Митрополит Сергий (Страгородский) и декларация 1927 г.
14. Культура эпохи НЭПа
15. Начало эпохи Сталинизма. Превращение марксизма-ленинизма в государственную идеологию.
16. Ужесточение идеологического контроля над культурой в конце 20-х - 30-х годах.
17. Массовые репрессии в СССР: истоки, цели, проявления.
18. Осмысление темы репрессий в литературе.
19. Самиздат: периодизация, направления, роль в советском обществе.
20. Всемирно-историческое значение подвига советского народа в Великой отечественной войне и его отражение в советском искусстве.
21. Обращение власти к традиции патриотизма и его проявлениям в истории в годы Великой Отечественной войны.
22. Церковь в период Великой Отечественной войны.
23. Великая Отечественная война в судьбах деятелей искусства и культуры.
24. Послевоенная культура Сталинизма
25. Культура хрущевской «Оттепели».
26. Космическая тема в советском искусстве
27. Тема науки в советском искусстве.

2. опрос с элементами научной дискуссии

Вопросы для обсуждения:

1. Ленинское понимание культурной революции, направления ее осуществления. Разрушение традиционной духовности и противостояние ему.
2. Культура Серебряного века и становление советской культуры. Культура русского зарубежья
3. Социалистический реализм – большой стиль эпохи Сталинизма
4. Период «Оттепели» в литературе, живописи, кинематографе. Обстоятельства его завершения
5. Культура эпохи «Застоя». Вторая культура.

Тема 2.3. Культура России конца XX – начала XXI веков

Форма практического задания: реферат, опрос с элементами научной дискуссии

1. реферат

Примерный перечень тем рефератов:

1. Антирелигиозная пропаганда в XX в.
2. Явление диссидентства.

3. Официальная и неофициальная культура 70-х -80-х годов.
4. Русское Православие за рубежом
5. Духовно-нравственное состояние советского общества в 70-х-80-х годах.
6. Культура эпохи Перестройки
7. Моральный релятивизм современной культуры. Ценности современных россиян
8. Влияние глобализации на культуру России
9. Массовая культура в России как пространство манипуляции.
10. Место и роль христианской символики в современной культуре: образы и толкование
11. Проблема утраты культурной идентичности и духовной связи с предшествующими поколениями у молодежи постсоветского времени.
12. Проблема утраты культурной идентичности и духовной связи с предшествующими поколениями у молодежи постсоветского времени.
13. Глобализм и антиглобализм в культуре постсоветской России
14. Поворот к традиционным ценностям в современной культуре России

2. опрос с элементами научной дискуссии

Вопросы для обсуждения:

18. Советская культура в эпоху перестройки и гласности.
19. Политика открытости к мировой культуре в постсоветское время. Глобализм и антиглобализм как социокультурные феномены.
20. Трансформация культуры России в условиях рыночной экономики. Массовая культура постсоветского времени.
21. Роль интернета в современной культурной ситуации России.
22. Содержание и направленность изменений в отечественной культуре в период спецоперации.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Культура России в период доминирования традиционного мировосприятия	Самостоятельное изучение материала раздела
Раздел 2. Культура России конца XIX-нач. XXI вв.: период радикальных трансформаций народного сознания	Самостоятельное изучение материала раздела
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Геополитическое положение России и особенности культуры
2. Влияние христианской (византийской) культуры на культуру Древней Руси.
3. Крещение Руси: история и значение.
4. Первое южнославянское влияние. Церковно-славянский язык как основной для литературы Древней Руси
5. Святые правители Киевской Руси
6. Летописание Древней Руси (IX - середина XIII в.)
7. Культура Руси в период монголо-татарского ига.
8. Духовная культура Руси в XIV -XV вв. Рост национального самосознания и идеи единства Руси.
9. Нестяжатели и иосифляне. Складывание официальной идеологии самодержавия: Иван Грозный и Андрей Курбский
10. Зарождение новой культуры в XVII в., ее основные черты.
11. Петровская революция в культуре. Петровское барокко.
12. Церковное искусство начала синодального периода.
13. Классицизм и неоклассицизм: идеологические и дидактические функции искусства
14. Реализм 1860-х: Позднеимперская культура России. "Воскрешение Московии": русский стиль 1880-1890-х гг.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Понятие русского культурного ренессанса.
2. Переход к модернистским проектам общекультурного характера. Модерн в России: стиль, направление.
3. Декаданс как факт социальной психологии конца XIX века.
4. Символизм как «миропонимание», эстетическая программа и художественный метод.
5. Массовая и элитарная культура русского Модернизма.
6. Ленинское понимание культурной революции, направления ее осуществления. Разрушение традиционной духовности и противостояние ему.
7. Культура авангарда Серебряного века и становление советской культуры
8. Культура русского зарубежья
9. Соцреализм – большой стиль эпохи Сталинизма
10. Период «Оттепели» в литературе, живописи, кинематографе. Обстоятельства его завершения
11. Советская культура в эпоху застоя. Вторая культура.
12. Трансформация советской культуры в эпоху гласности и демократизации
13. Возрождение духовных ценностей. Православие в культуре постсоветской России
14. Влияние глобализации на постсоветскую культуру
15. Обращение к традиционным ценностям как культурный выбор современности.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ(МОДУЛЯ) ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК АКАДЕМИЧЕСКОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.04.02 Туризм

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Стратегическое управление туристскими проектами

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоениеобучающимся дисциплины (модуля)предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт TimesNewRoman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура TimesNewRoman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт TimesNewRoman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практическогозадания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом TimesNewRoman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Темазанятия: The world of science

Формы практических заданий:письменная работа.

Text A GUI operating systems

The term user interface refers to the standard procedures that the user follows in order to interact with a computer. In the late 1970s and early 80s, the way users accessed computer systems was very complex. They had to memorize and type a lot of commands just to see the contents of a disk and

to copy files. In fact, it was only experts who used computers, so there was no need for a user-friendly interface. In 1984, Apple produced the Macintosh, the first computer with a mouse and a graphical user interface (GUI). Macs were designed with one clear aim: to facilitate interaction with the computer. A few years later, Microsoft launched Windows, another operating system based on graphics and intuitive tools. Nowadays, computers are used by all kinds of people, and as a result there is growing emphasis on accessibility and user-friendly systems. A GUI makes use of a WIMP environment: windows, icons, menus and pointer. A drop-down menu, or pull-down menu, is a list of options that appear below a menu bar when you click on an item. The pointer is an arrow, controlled by the mouse, which lets you choose options from menus. The background of the screen is called the desktop, which contains labeled pictures called icons. These icons represent files or folders. Double-clicking a folder opens a window which contains programs, documents, or more nested folders. When you are in a folder, you can launch a program or document by double-clicking the icon or you can drag it to another location. When you run a program, your PC opens a window that lets you work with different tools. All the programs have a high level of consistency, with similar toolbars, menu bars, buttons and dialog boxes. A modem OS also provides access to networks and allows multitasking, which means you can run several programs – and do various tasks – at the same time. The most popular operating systems are: Windows Vista, Mac OS, Unix, Linux, Windows Mobile, Palms OS, The Symbian.

Тема занятия: Professionalcommunication

Формы практических заданий: контрольная работа.

Task 1. Read and translate the text, make a summary of it.

Making an Effective Presentation

A presentation is a report one gives to the audience. It can be a short report, a long analysis, a narrative of any length, formal, or informal. Whether oral or written, the presentation format should be clear and organized. Simplicity, clarity and brevity are characteristic features of perfect presentation. The best presenters take the view that presenting is not formalized public speaking, it is a dynamic way of dealing with people. If you want to be effective you are to maintain the delicate balance and proportion dealing with the three essential elements of presenting: presenter – audience – message. Thus, you are to study how to do it. 1. Work on your image. Perceptions are sometimes more powerful than facts! First impressions influence the audience‟s attitudes to you. Wear an outfit that you know and love, not something new or fussy to feel comfortable. 2. Know your audience, their background and their motives. The factor of the listener is one of the most important parameters of effective communication. The golden rule of public speaking is that you should always keep your audience in mind. The best advice which can be given by an experienced presenter is: make your language natural and comprehensive for the audience. 3. Define your objective and analyze the communication situation. This will help you decide on the vocabulary and style you use in your presentation. Lexical expressive means help you personalize your message, reveal your attitudes. 4. Being an oral form of communication, presentation is to be well structured. The traditional and generally accepted structure of a speech contains the following elements: – introduction, in which the speaker grabs the attention of the audience, introduces the subject, his purpose and himself to the audience; – the body of the speech, which contains a summary of the major ideas and information that supports and clarifies the ideas; – conclusion (close), which contains a summary or a conclusion from the information presented and which helps the speaker to end his speech gracefully. Methods of Delivery – successful delivery of the speech depends to a considerable extent on the method of presentation selected by the speaker. Four general methods of delivery may be distinguished: impromptu, manuscript, memorized and extemporaneous. The impromptu method of delivery involves speaking without any specific preparation. In the manuscript

method the entire speech is read to the audience. The memorized method of delivery involves writing out the speech word for word and committing it to memory. The extemporaneous method of delivery is based upon thorough preparation, memorizing the main ideas and abbreviating the manuscript to a number of key words and phrases. There is no commitment to exact wording. This method is usually described as the most effective one. The main advantage of this method is that it allows you great flexibility. Making the Presentation – the following practical tips can be useful: greet the audience, and tell them who you are, then tell them what you are going to tell them; keep to the time allowed; if you can, keep it short; stick to the plan for the presentation; leave time for discussion; at the end of your presentation ask if there are any questions; finally, make your closing remarks by thanking your audience. Voice Qualities – your voice is you. Bearing it in mind the speaker should know how to master his voice qualities, change them, adjust to the occasion. It is common knowledge that your voice shows not only your character but also your mood. During the presentation the speaker sounds self-assured, concerned, personally involved, very often enthusiastic. Follow the following tips: speak clearly; don‟t shout or whisper; be natural – don‟t rush, or talk deliberately slowly; pause at key points; avoid jokes; to make the presentation interesting, change your delivery, but not too obviously, e.g. speed (rate), pitch of voice, volume, etc. Body Language – keep your body relaxed and use controlled gestures and pauses. Be careful not to move around too much during your talk (as this will 133 distract your audience). Strike up eye contact if possible. The idea is to give the impression that you are talking to each individual in your audience. Visual aids significantly improve the interest of a presentation. Visuals help to: focus the attention of your audience, illustrate points which are hard to visualize, reinforce your main ideas, involve and motivate the audience.

Темазанятия: Science and its progress

Формы практических заданий: письменная работа.

Task 1. Read and translate the text, make a summary of it.

Gathering and Organizing Information

To gather information for an informative speech, begin with your own experience by brainstorming a list of everything you already know about the subject. Then consult several other good resources of information both electronic and published: reference materials, books, periodicals. You might also interview people who are knowledgeable about the subject. Be sure to make notes through your research.

Use the strategies for organizing your speech:

1 Arrange your materials by topics and subtopics in the order you plan to present your information. Make a detailed outline of your speech and then draft an introduction and a conclusion.

2 To capture the interest of your audience, begin your speech with an anecdote, an unusual fact, a question, an interesting quotation, or some other attention-getting device. Include a thesis statement that makes clear the main idea and the purpose of your speech.

3 Arrange the supporting points or details in a logical order for the body of your speech. Revise your outline as needed to improve the logical flow of ideas. Think of the transitions you will use to connect your ideas.

4 Write a conclusion for your speech that summarizes your main idea and signals to the audience that you have finished.

5 Use computer technologies in listening: software, multimedia while preparing and delivering your speech.

Тема занятия: Postgraduateeducation

Формы практических заданий: письменная работа.

Task 1. Read and translate the text, make a summary of it.

My research work

I'm an economist in one of the Orenburg auditing firms. My special subject is accounting. I combine practical work with scientific research, so I'm a doctoral candidate (соискатель). I'm doing research in auditing which is now widely accepted in all fields of economy. This branch of knowledge has been rapidly developing in the last two decades. The obtained results have already found wide application in various spheres of national economy. I'm interested in that part of auditing which includes its internal quality control. I have been working at the problem for two years. I got interested in it when a student. The theme of the dissertation is "Internal quality control of audit services". The subject of my thesis is the development of an effective internal quality control system for audit firm services. I think this problem is very important nowadays as a major portion of public accounting practice is involved with auditing. In making decisions it is necessary for the investors, creditors and other interest ed parties to know whether the financial statements may be relied on. Hence there should be an internal control of auditing operations for insuring the fairness of presentation. My work is both of theoretical and practical importance. It is based on the theory developed by my research adviser, professor S. Petrov. He is head of the department at the Orenburg State University. I always consult him when I encounter difficulties in my research. We often discuss the collected data. These data enable me to define more precisely the theoretical model of the audit internal quality system. I have not completed the experimental part of my thesis yet, but I'm through with the theoretical part. For the moment I have 4 scientific papers published. One of them was published in the US journal. I take part in various scientific conferences where I make reports on my subject and participate in scientific discussions and debates. I'm planning to finish writing the dissertation by the end of the next year and prove it in the Scientific Council of the Orenburg State University. I hope to get a Ph. D. in Economics.

П.2.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Тема 1 Science as it is.	Самостоятельное изучение материала темы
	Подготовка к работе с текстом
Тема 2. Science and universities.	Самостоятельное изучение материала темы
	Выполнение грамматического упражнения с обоснованием ответа.
Тема 3. Scienceanditsprogress. Therelationsbetweenscienceandsociety.	Самостоятельное изучение материала темы
	Подготовка к работе с текстом
Тема 4. Your own research.	Самостоятельное изучение материала темы
	Выполнение контрольных тестов/заданий

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Теме 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Теме 1:

1. What do you mean by the term science?
2. What aspects does knowledge or a system of knowledge cover?

3. What facets are included in science?
4. What are the most important characteristics of science?
5. What are the most common misconceptions students have about science?
6. What is the difference between a hypothesis and a theory?
7. What are the most important and famous scientists in your field that you know? What have they done?

Текст - заданиекТеме 1:

Прочитайте текст. Добавьте в него в примеры, подходящие под Ваше направление подготовки.

We are living in a world of technologies now and cannot remember our life being different. The humanity has made many discoveries and invented lots of mechanisms and devices that have simplified our life significantly.

We were acquainted with light and sound and explored their characteristics that helped us to use them effectively. The radio, the TV, the telephone was invented and enabled us to get in touch with each other, learn about what is happening in our native city and all over the world.The humanity never stopped on the way to unexplored places and even planets! We devised a satellite and made a rocket to travel to the moon and round the Earth. Special equipment lets us make photos of the faraway planets and study their environment.The most recent breakthrough in technology is supposed to be the internet. It has broadened our abilities and opened new horizons. We connect with people from other countries without any problems, search for any information and get it in one click, and have many other opportunities accessing the net from our smartphones, tablets, and computers.However, other realms of science have also been developing. Medicine, biology, archeology and many other sciences have achieved great results. We do have everything to maintain a high quality of life now. Many processes have been automated and people have got rid of many unpleasant things and difficulties they used to face in the past.

Задания для самостоятельной работы к Теме 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Теме2:

1. Describe what you are doing now or plan to do to increase your English language proficiency.
2. Where did you study? What degree have you got? When did you graduate from the University?
3. Why have you chosen this Master`s degree program?
4. What are the areas of study which you would like to pursue?
5. What are your personal aims you hope to reach by researching in your field?
6. What field of knowledge are you doing research in?

ЗаданиекТеме 2. Выполнитеграмматическоеупражнение. Объясните свой выбор.

Underline the correct form. If both are correct, underline both.

1. ***Tim / Tim's*** paper was the first to …
2. ***Tim's et al. / Tim et al's*** articles were the first to …
3. ***Smits / Smits's / Smits'*** most recent investigation into …
4. We met all the ***referee / referee's / referees'*** requests …
5. ***Turing / turing's / The Turing's*** original thesis was that …. He then went on to reformulate this thesis by …
6. In our work ***Fourier / Fourier's***analisis was used to derive the …

7. Physicist Stephen ***Hawking / Hawking's*** early career was …

Задания для самостоятельной работы к Теме 3

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Теме3:

1. Read the quotation. Do you agree with the author or not? «The important thing in science is not so much to obtain new facts as to discover new ways of thinking about them» © William Lawrence Bragg
2. Read the statement and decide whether you agree or disagree with it: Scientific ideas are absolute and unchanging.
3. Read the quotation. Do you agree with the author or not "The saddest aspect of life right now is that science gathers knowledge faster than society gathers wisdom" © Isaac Asimov

Текст - заданиекТеме 3.

Прочитайте текст. Определите его основную идею.

It is difficult to overestimate the role of science and technology in our life. They accelerate the development of civilization and help us in our co-operation with nature. Scientists investigate the laws of the universe, discover the secrets of nature, and apply their knowledge in practice improving the life of people. Let us compare our life nowadays with the life of people at the beginning of the 20th century. It has changed beyond recognition. Our ancestors had not the slightest idea of the trivial things created by the scientific progress that we use in our everyday life. I mean refrigerators, TV sets, computers, microwave ovens, radiotelephones, what not. They would seem miracles to them that made our life easy, comfortable and pleasant. On the other hand, the great inventions of the beginning of the 20th century, I mean radio, airplanes, combustion and jet engines have become usual things and we cannot imagine our life without them. A century is a long period for scientific and technological progress, as it is rather rapid. Millions of investigations the endless number of outstanding discoveries have been made. Our century has had several names that were connected with a certain era in science and technology. At first, it was called the atomic age due to the discovery of the splitting of the atom. Then it became the age of the conquest of space when for the first time in the history of humankind a man overcame the gravity and entered the Universe. Now we live in the information era when the computer network embraces the globe and connects not only the countries and space stations but also many people all over the world. All these things prove the power and the greatest progressive role of science in our life. However, every medal has its reverse. In addition, the rapid scientific progress has aroused a number of problems that are a matter of our great concern. These are ecological problems, the safety of nuclear power stations, the nuclear war threat, and the responsibility of a scientist. Still we are grateful to the outstanding men of the past and the present who have courage and patience to disclose the secrets of the Universe.

Задания для самостоятельной работы к Теме 4

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Теме4:

1. What is data? What type of data do you plan to collect and analyze for your research?
2. Will you use experimental data in your research?
3. How is evidence accumulated in scientific research?
4. What is a claim? How to prove a claim?
5. What was your bachelor`s thesis about?
6. What was the aim in your bachelor`s thesis?
7. How can your results of the study be used in practice?

Примеры тестовых заданий к Теме4:

1. *Выберите высказывание, которое может быть научно доказано или опровергнуто.*
   1) All living things are composed of one or more cells.
   2) If you break a mirror, you will have seven years of bad luck.
   3) Horoscopes can predict significant events in personal lives based on the positions of celestial objects.
   4) Humans have a soul.

   Ответ _____

2. *Выберите правильную структуру научной статьи с общепринятым порядком расположения ее частей.*
   1) Methods, Results, Introduction, Discussion
   2) Discussion, Introduction, Methods, Results
   3) Introductions, Methods, Discussion, Results
   4) Introduction, Methods, Results, Discussion

   Ответ _____

3. *Выберите правильную структуру исследовательской работы с общепринятым порядком расположения ее частей.*
   1) Introduction, Theoretical Chapter, Practical Chapter, Conclusion, References, Appendices
   2) Introduction, Practical Chapter, Theoretical Chapter, Conclusion, Appendices, References
   3) Appendices, References, Introduction, Theoretical Chapter, Practical Chapter, Conclusion
   4) Appendices, Introduction, Theoretical Chapter, Practical Chapter, References, Conclusion

   Ответ _____

4. *Выберите правильное название магистерской степени.*
   1) Bachelor’s degree
   2) Master’s degree
   3) PhD
   4) Asssociate degree

   Ответ _____

5. *Выберите правильное название для уровня образования магистратура.*
   1) Higher education
   2) Secondary Education
   3) Post-Graduate Education
   4) Pre-School Education

   Ответ _____

6. *Найдите лишнее в перечисленных обязанностях для предложенной должности, выбрав правильный вариант ответа*
   Academic responsibilities
   1) conduct research
   2) speak at conferences
   3) design courses
   4) supervise and consult postgraduate research students

Ответ _____

7. *Найдите в перечисленных обязанностях лишнее для предложенной должности, выбрав правильный вариант ответа*
Teaching and Tutoring responsibilities
    1) prepare material for lectures
    2) mark / assess student's work
    3) design courses
    4) conduct research

Ответ _____

8. *Найдите в перечисленных обязанностях лишнее для предложенной должности, выбрав правильный вариант ответа*
Administration responsibilities
    1) prepare a schedule for students
    2) screening applications for admission to courses
    3) write accompanying letters for students seeking for employment
    4) deliver lectures

Ответ _____

9. *Подберите правильное определение к предложенному слову, выбрав правильный вариант ответа*
abstract
    1) a shortened version of an academic paper
    2) an idea or set of ideas that explains facts or events
    3) a procedure or process for attaining an object
    4) a set of accepted beliefs or organized principles that explain facts or events

Ответ _____

10. *Подберите правильное определение к предложенному слову, выбрав правильный вариант ответа*
method
    1) something that truly exists or happens
    2) a brief synopsis of the most important points
    3) a systematic and organized approach to achieve a specific goal
    4) an extraordinary, unusual or notable event

Ответ _____

11. *Подберите правильное определение к предложенному слову, выбрав правильный вариант ответа*
fact
    1) a specific set of techniques to gather data or information
    2) a statement that is true and can be proven with evidence or data
    3) a brief summary of a research article, thesis, review, conference proceeding
    4) an investigation into a topic or idea to discover new information

Ответ _____

П.2.4. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

Тема 1. Science as it is.

Describe a scientific experiment you have seen or know about	
You should say:	where and when you saw the programme / experiment what happened in the programme / experiment why the programme / experiment was enjoyable and explain what you learnt from watching it

Describe a famous scientist you know about	
You should say:	how famous that person is why that person is famous

You should say:	what he/she is doing now and say if you think he/she will become more or less famous in the future, and why

Describe a project you had to do at your university or a project that was done by other students	
You should say:	who asked you to do that project what the main aim of the project was who helped you with it and say if you think that project was a success or not, and why

Тема 2. Science and universities.

Genitive: possessive form of nouns

Context	Comment
Adrian Wallwork's manual on academic writing.	Do not use construction "***the*** + name of person + ***'s***".
As predicted by **Newton's theory** of gravity, Mercury's orbit is elliptical. As predicted by **the Newton** theory of gravity…	"***the*** + name of person + noun": This construction can be used instead of the genitive, with no change in meaning. This construction is very formal and is used only with famous scientists. This means that you cannot write *the Adrian Wallwork theory of writing*, because Adrian Wallwork is not sufficiently famous! Note: *a + name of person + noun* : when making reference to pieces of equipment etc.
We may think of a **Turing machine** as a tool of… **Turing's machine** was designed to be an idealized model of a human computer.	"name of person +***'s*** + noun": The focus is usually more on the scientist. We are talking about their original concept, their life, etc.

Тема 3. Science and its progress. The relations between science and society.

SUMMARY

Definition

Summary is a short, clear description that gives the mainfacts or ideas about something.

Writing a summary test shows well a student understands something that he or she has read.

How to Write a Summary: Some Guidelines

1) **Shorten the text** in such a way that all facts are in the summary. Leave out examples, evaluations and interpretations.

2) **Skim** the text. You should know what the **main content** of it is. Read the headline carefully. It is important.

3) Read the text again to understand more **details**. You must understand the whole text.

4) Make **notes** (use keywords). Underline important words in the text.

5) **Form** sentences with the help of your **keywords**. These sentences should reflect the main content of the text.

6) **Connect the sentences** using suitable conjunctions. The first sentence should describe the main content of the text.

7) Use **Simple Present** or **Simple Past**. Write sentences in Reported speech.

8) Sometimes you have to **change the persons**.

9) **Check** your summary. Watch out for spelling mistakes.

Тема 4. Your own research.

Linking words

Listing	**Giving Examples**	**Generalising**
first, second, third	for example	in general
first, furthermore, finally	for instance	generally
to begin, to conclude	as follows:	on the whole
next	that is	as a rule
Reinforcement	**Giving Examples** (*termination*)	**Generalising** (*termination*)
also	in this case	for the most part
furthermore	namely	in most cases
moreover	in other words	usually

what is more	**Result / Consequence**	**Highlighting**
in addition	so	in particular
besides	therefore	particularly
above all	as a result/ consequence	especially
as well (as)	accordingly	mainly
in the same way	consequently	**Reformulation**
not only... but also	because of this/that	in other words
Similarity	thus	rather
equally	hence	to put it more simply
likewise	for this/that reason	**Expressing an Alternative**
similarly	so that	alternatively
correspondingly	in that case	rather
in the same way	under these circumstances	on the other hand
Transition to New Point	**Deduction**	the alternative is
now,	then	another possibility would be

as far as *x* is concerned	in other words	**Contrast**
with regard/ reference to	in that case	instead
as for...	otherwise	conversely
it follows that	this implies that...	on the contrary
turning to	if so/not	in contrast
Summary	**Stating the Obvious**	in comparison
in conclusion	obviously	**Concession (smth Unexpected)**
to conclude	clearly	however
in brief	naturally	even though
to summarise	of course	however much
to sum up	as can be expected	nevertheless
overall	surely	still
therefore	after all	yet

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки

«43.04.02 Туризм»

Направленность

«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция – один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.
- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.
- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить для проведения лекции презентацию, которую можно органично интегрировать во все вышеупомянутые типы лекций в качестве формы визуальной поддержки.

В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов – это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала

РАЗДЕЛ 1. ПРЕДМЕТ И ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ МЕТОДОЛОГИИ НАУЧНОГО-ПРИКЛАКНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	
Тема 1.1. Наука как система	Определение науки. История развития науки. Теория познания. Наука как система и ее подсистемы. Определение теории, методологии в рамках науки как системы. Научная парадигма. Сущность, особенности, формы мышления. Отражение и информация. Ощущения, восприятия, представления. Творчество и мышление. Законы и формы логического мышления. Особенности научных исследований в области туризма и сервиса. Основные направления развития научных исследований в сфере туризма и сервиса. Наука в гостеприимстве и туризме. Управление наукой и ее организационная структура. Организация подготовки научных и научно-педагогических работников в РФ
Тема 1.2. Постановка задачи исследования	Методология науки: определение, задачи, уровни и функции. Научное исследование как форма развития научного знания. Научное творчество. Методологические принципы научного исследования. Признаки научного исследования: объективность, системность, новизна получаемых данных. Верификация и фальсификация. Явление и факт. Понятие истины. Виды научных исследований. Рабочая гипотеза, объект и предмет научного исследования. Субъект и объект познания. Предмет научно-прикладного исследования. Особенности научных и научно-прикладных исследований в области туризма и сервиса. Основные направления развития научных исследований в сфере туризма и сервиса. Выбор направления исследования. Научная проблема. Семантическая и прагматическая корректность при выборе темы. Разработанность темы. Обоснование актуальности исследования. Объект, субъект и предмет исследования; связь предмета с профилем специальности. Постановка цели как основного результата исследования. Задачи. Построение гипотезы исследования
РАЗДЕЛ 2. МЕТОДЫ НАУЧНЫХ И НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	
Тема 2.1. Применение общенаучных и частных методов в исследованиях туристской деятельности	Определение метода. Классификация методов исследования, применяющихся в научной деятельности. Применение общенаучных методов в исследованиях. Методы анализа и синтеза. Метод абстрагирования и идеализации. Методы сравнения, систематизации, индукции и дедукции. Эмпирические методы исследований. Наблюдение как метод исследования. Изучение и обобщение опыта. Фокус-группа. Метод диагностических ситуаций. Эксперимент и измерение как практический метод исследования. Методы моделирования и прогнозирования. Метод формализации и математизации. Методы исторический, логический и экспертных оценок при исследованиях в туристской деятельности. Аксиоматический метод и метод аналогий.
Тема 2.2. Использование методов экспертных оценок при	Методы экспертных оценок. Роль экспертов в управлении. Организация экспертного оценивания. Основные понятия

проведении научных исследований в сфере гостеприимства	теории измерений. Методы измерений при экспертном оценивании. Подбор экспертов. Организация процедуры подбора. Содержание и виды опроса. Обработка результатов экспертных оценок. Практические примеры применения метода экспертных оценок к туризму и гостеприимству
РАЗДЕЛ 3. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА	
Тема 3.1. Постановка задачи и форма представления научного исследования	Особенности научных исследований в области туризма и гостеприимства. Основные направления развития научных исследований в сфере туризма и гостеприимства. Географическое и экологическое направление. Экономическое, политическое и культурно-историческое направление. Техническое направление. Этапы выполнения научно-исследовательской работы. Постановка проблемы. Анализ состояния проблемы в туристской и педагогической деятельности. Научное изучение как основная форма научной работы. Виды систематизации результатов научных исследований и их содержание. Научный доклад, стендовые доклады. Рефераты и тезисы доклада. Научная статья. Публикация статьи в международном издании. Монография, отчет о научно-исследовательской деятельности и диссертация. Другие формы представления результатов научного исследования. Аннотация и рецензия. Презентация результатов научного исследования. Устные формы представления и внедрения результатов (научный семинар, конференция, педагогические чтения и др.). Критерии и показатели для изучения результатов исследования. Оформление и внедрение результатов исследования. Поиск научной информации. Источники информации. Достоверность источников информации.
Тема 3.2. Магистерская диссертация как форма научного исследования	Общая схема хода научного исследования при работе над магистерской диссертацией. Применение логических законов и правил. Выбор и согласование темы. Составление индивидуального и рабочего плана. Изучение литературы и отбор фактического материала. Композиция диссертационного произведения. Теоретическая часть работы. Решение практической (прикладной) задачи. Оформление работы (таблицы, графики, схемы, рисунки, текст). Приемы изложения научных материалов. Язык и стиль диссертационной работы. Предварительное рассмотрение магистерской диссертации по месту её выполнения. Составление автореферата и процедура публичной защиты магистерской диссертации.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие

предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических занятий:

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия – это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

  Круглый стол – общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Метод проектов – это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ПРЕДМЕТ И ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ МЕТОДОЛОГИИ НАУЧНО-ПРИКЛАДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Тема 1.1. Наука как система

Вопросы для самоподготовки:

1.Понятие «наука» и классификация наук. Многозначность понятия «наука».

2. Научное исследование как форма существования и развития науки.

3. Наука и философия. Основные концепции современной науки.

4. Главные функции науки в обществе (познавательная, мировоззренческая, производственная, культурная, образовательная).

5. Управление наукой и ее организационная структура.

Тема 1.2. Постановка задачи исследования

Вопросы для самоподготовки:

1. Министерство образования и науки РФ, его функции в сфере вузовской науки.
2. Основные задачи Высшей аттестационной комиссии (ВАК).
3. Российская академия наук (РАН) как высшее научное учреждение РФ.
4. Научная деятельность в высшем учебном заведении.
15. Научно-исследовательская работа.

РАЗДЕЛ 2. МЕТОДЫ НАУЧНЫХ И НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫХ

Тема 2.1. Применение общенаучных и частных методов в исследованиях туристской деятельности

Вопросы для самоподготовки:

1. Классификация методов (философские, общенаучные, частнонаучные).
2. Методы междисциплинарного исследования.
3. Системный метод научных исследований, его сущность и основные характеристики.
4. Классификация систем исследований (статические, динамические, детерминистические, стохастические).
5. Понятия «модель» и «моделирование» в научном исследовании.

Тема 2.2. Использование методов экспертных оценок при проведении научных исследований в сфере гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Этапы процесса моделирования.
2. Классификация моделей и формы моделирования.
3. Значение математических моделей в научных исследованиях
4. Планирование научной работы
5. Основные этапы научного исследования

РАЗДЕЛ 3. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Тема 3.1. Постановка задачи и форма представления научного исследования

Вопросы для самоподготовки:

1. Научный доклад, стендовые доклады.
2. Рефераты и тезисы доклада.
3. Научная статья.
4. Публикация статьи в международном издании.
5. Монография, отчет о научно-исследовательской деятельности и диссертация.

Тема 3.2. Магистерская диссертация как форма научного исследования

Вопросы для самоподготовки:

1. Правила публикации научных статей.
2. Понятие публикационной активности.
3. Проблемы современной науки.
4. Проблемы современного образования.

5. Наука и инновации.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист

помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Научно-прикладные исследования в профессиональной деятельности

2. РАЗДЕЛ 1. ПРЕДМЕТ И ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ МЕТОДОЛОГИИ НАУЧНОГО-ПРИКЛАКНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

3. Цели занятия: сформировать представление предмете и проблемном поле методологии научного-прикладного исследования

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 1.1. Наука как система	Вводная лекция Информационная лекция Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
2	Тема 1.2. Постановка задачи исследования	Информационная лекция Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Формулирование темы занятия: сформировать представление предмете и проблемном поле методологии научного-прикладного исследования

Тема 1.1. Наука как система

Определение науки. История развития науки. Теория познания. Наука как система и ее подсистемы. Определение теории, методологии в рамках науки как системы. Научная парадигма. Сущность, особенности, формы мышления. Отражение и информация. Ощущения, восприятия, представления. Творчество и мышление. Законы и формы логического мышления. Особенности научных исследований в области туризма и сервиса. Основные направления развития научных исследований в сфере туризма и сервиса. Наука в гостеприимстве и туризме. Управление наукой и ее организационная структура. Организация подготовки научных и научно-педагогических работников в РФ

Тема 1.2. Постановка задачи исследования

Методология науки: определение, задачи, уровни и функции. Научное исследование как форма развития научного знания. Научное творчество. Методологические принципы научного исследования. Признаки научного исследования: объективность, системность, новизна получаемых данных. Верификация и фальсификация. Явление и факт. Понятие истины. Виды научных исследований.

Рабочая гипотеза, объект и предмет научного исследования. Субъект и объект познания. Предмет научно-прикладного исследования. Особенности научных и научно-прикладных исследований в области туризма и сервиса. Основные направления развития научных исследований в сфере туризма и сервиса. Выбор направления исследования. Научная проблема.

Семантическая и прагматическая корректность при выборе темы. Разработанность темы. Обоснование актуальности исследования. Объект, субъект и предмет исследования; связь предмета с профилем специальности. Постановка цели как основного результата исследования. Задачи. Построение гипотезы исследования.

Взаимодействие с аудиторией – ответы на вопросы, дополнительные разъяснения по просьбе аудитории

1. Научно-прикладные исследования в профессиональной деятельности
2. **Раздел 2. МЕТОДЫ НАУЧНЫХ И НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**
3. Цели занятия: сформировать представление о методах научных и научно-прикладных исследований
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 2.1. Применение общенаучных и частных методов в исследованиях туристской деятельности	Информационная лекция Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
2	Тема 2.2. Использование методов экспертных оценок при проведении научных исследований в сфере гостеприимства	Информационная лекция Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Формулирование темы занятия: сформировать представление о методах научных и научно-прикладных исследований

Тема 2.1. Применение общенаучных и частных методов в исследованиях туристской деятельности

Определение метода. Классификация методов исследования, применяющихся в научной деятельности. Применение общенаучных методов в исследованиях. Методы анализа и синтеза. Метод абстрагирования и идеализации. Методы сравнения, систематизации, индукции и дедукции. Эмпирические методы исследований. Наблюдение как метод исследования. Изучение и обобщение опыта. Фокус-группа. Метод диагностических ситуаций. Эксперимент и измерение как практический метод исследования. Методы моделирования и прогнозирования. Метод формализации и математизации. Методы исторический, логический и экспертных оценок при исследованиях в туристской деятельности. Аксиоматический метод и метод аналогий.

Тема 2.2. Использование методов экспертных оценок при проведении научных исследований в сфере гостеприимства

Методы экспертных оценок. Роль экспертов в управлении. Организация экспертного оценивания. Основные понятия теории измерений. Методы измерений при экспертном оценивании. Подбор экспертов. Организация процедуры подбора. Содержание и виды опроса. Обработка результатов экспертных оценок. Практические примеры применения метода экспертных оценок к туризму и гостеприимству

Взаимодействие с аудиторией – ответы на вопросы, дополнительные разъяснения по просьбе аудитории

1. Научно-прикладные исследования в профессиональной деятельности

2. **Раздел НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

3. Цели занятия: сформировать представление об особенностях проведения научно-прикладных исследований в сфере гостеприимства и общественного питания

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 3.1. Постановка задачи и форма представления научного исследования	Информационная лекция Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
2	Тема 3.2. Магистерская диссертация как форма научного исследования	Информационная лекция Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций Завершающая лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Формулирование темы занятия: сформировать представление об особенностях проведения научно-прикладных исследований в сфере гостеприимства и общественного питания

Тема 3.1. Постановка задачи и форма представления научного исследования

Особенности научных исследований в области туризма и гостеприимства. Основные направления развития научных исследований в сфере туризма и гостеприимства. Географическое и экологическое направление. Экономическое, политическое и культурно-историческое направление. Техническое направление. Этапы выполнения научно-исследовательской работы. Постановка проблемы. Анализ состояния проблемы в туристской и педагогической деятельности. Научное изучение как основная форма научной работы. Виды систематизации результатов научных исследований и их содержание. Научный доклад, стендовые доклады. Рефераты и тезисы доклада. Научная статья. Публикация статьи в международном издании. Монография, отчет о научно-исследовательской деятельности и диссертация. Другие формы представления результатов научного исследования. Аннотация и рецензия. Презентация результатов научного исследования. Устные формы представления и внедрения результатов (научный семинар, конференция, педагогические чтения и др.). Критерии и показатели для изучения результатов исследования. Оформление и внедрение результатов исследования. Поиск научной информации. Источники информации. Достоверность источников информации.

Тема 3.2. Магистерская диссертация как форма научного исследования

Общая схема хода научного исследования при работе над магистерской диссертацией. Применение логических законов и правил. Выбор и согласование темы. Составление индивидуального и рабочего плана. Изучение литературы и отбор фактического материала. Композиция диссертационного произведения. Теоретическая часть работы. Решение практической (прикладной) задачи. Оформление работы (таблицы, графики, схемы, рисунки, текст). Приемы изложения научных материалов. Язык и стиль диссертационной работы. Предварительное рассмотрение магистерской диссертации по месту её выполнения. Составление автореферата и процедура публичной защиты магистерской диссертации.

Взаимодействие с аудиторией – ответы на вопросы, дополнительные разъяснения по просьбе аудитории

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Научно-прикладные исследования в профессиональной деятельности

2. Тема практического занятия. **ПРЕДМЕТ И ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ МЕТОДОЛОГИИ НАУЧНОГО-ПРИКЛАКНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

3. Цели занятия: сформировать представление о предмете и проблемном поле научных и научно-прикладных исследований

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 1.1. Наука как система	круглый стол
2	Тема 1.2. Постановка задачи исследования	научная дискуссия

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Цели занятия: сформировать представление о предмете и проблемном поле научных и научно-прикладных исследований

Введение.

Тема практического занятия: 1.1. **Наука как система**

Вопросы к обсуждению:

Определение науки. История развития науки. Теория познания. Наука как система и ее подсистемы. Определение теории, методологии в рамках науки как системы. Научная парадигма. Сущность, особенности, формы мышления. Отражение и информация. Ощущения, восприятия, представления. Творчество и мышление. Законы и формы логического мышления. Особенности научных исследований в области туризма и сервиса. Основные направления развития научных исследований в сфере туризма и сервиса. Наука в гостеприимстве и туризме. Управление наукой и ее организационная структура. Организация подготовки научных и научно-педагогических работников в РФ

Практические задания:

1. Научная деятельность и проблемы трансформации (социальные и этические аспекты)
2. Философия науки: что же дальше?
3. Наука как стиль жизни
4. Интеллектуальная молодежь: как найти свой путь в науке
5. Искусственный интеллект: роль и место в научных исследованиях

Требования к выполнению практического задания: изучение учебной и научной литературы по темам

Тема практического занятия: 1.2. Постановка задачи исследования

Вопросы к обсуждению:

Методология науки: определение, задачи, уровни и функции. Научное исследование как форма развития научного знания. Научное творчество. Методологические принципы научного исследования. Признаки научного исследования: объективность, системность, новизна получаемых данных. Верификация и фальсификация. Явление и факт. Понятие истины. Виды научных исследований.

Рабочая гипотеза, объект и предмет научного исследования. Субъект и объект познания. Предмет научно-прикладного исследования. Особенности научных и научно-прикладных исследований в области туризма и сервиса. Основные направления развития научных исследований в сфере туризма и сервиса. Выбор направления исследования. Научная проблема. Семантическая и прагматическая корректность при выборе темы. Разработанность темы. Обоснование актуальности исследования. Объект, субъект и предмет исследования; связь предмета с профилем специальности. Постановка цели как основного результата исследования. Задачи. Построение гипотезы исследования

Практические задания:

1. Особенности научных и научно-прикладных исследований в области туризма и гостеприимства
2. Научная и прагматическая ценность при выборе темы исследования: границы
3. Научные публикации и корректность заимствования: нужны ли ужесточения к плагиату?
4. Общество потребления и наука: несовместимые направления развития социума?
5. Гранты на проведение научных исследований: особенности организации процесса и научные результаты

Требования к выполнению практического задания: При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

1. Научно-прикладные исследования в профессиональной деятельности

2. Тема практического занятия. МЕТОДЫ НАУЧНЫХ И НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

3. Цели занятия: приобретение навыков применения методов научных и научно-прикладных исследований

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 2.1. Применение общенаучных и частных методов в исследованиях туристской деятельности	презентация научного доклада

2	Тема 2.2. Использование методов экспертных оценок при проведении научных исследований в сфере гостеприимства	проект

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Цели занятия: приобретение навыков применения методов научных и научно-прикладных исследований

Тема практического занятия: 2.1 Применение общенаучных и частных методов в исследованиях туристской деятельности

Вопросы к обсуждению:

Определение метода. Классификация методов исследования, применяющихся в научной деятельности. Применение общенаучных методов в исследованиях. Методы анализа и синтеза. Метод абстрагирования и идеализации. Методы сравнения, систематизации, индукции и дедукции. Эмпирические методы исследований. Наблюдение как метод исследования. Изучение и обобщение опыта. Фокус-группа. Метод диагностических ситуаций. Эксперимент и измерение как практический метод исследования. Методы моделирования и прогнозирования. Метод формализации и математизации. Методы исторический, логический и экспертных оценок при исследованиях в туристской деятельности. Аксиоматический метод и метод аналогий.

Практические задания:

1. Применение методов анализа и синтеза в прикладных научных исследованиях
2. Применение методов абстрагирования и идеализации в прикладных научных исследованиях
3. Применение методов сравнения, систематизации, индукции и дедукции в прикладных научных исследованиях
4. Применение эмпирических методов анализа и синтеза прикладных научных исследованиях
5. Применение методов моделирования и прогнозирования в прикладных научных исследованиях
6. Применение методов экспертных оценок в прикладных научных исследованиях

Тема практического занятия: 2.2. Использование методов экспертных оценок при проведении научных исследований в сфере гостеприимства

Вопросы к обсуждению:

Методы экспертных оценок. Роль экспертов в управлении. Организация экспертного оценивания. Основные понятия теории измерений. Методы измерений при экспертном оценивании. Подбор экспертов. Организация процедуры подбора. Содержание и виды опроса. Обработка результатов экспертных оценок. Практические примеры применения метода экспертных оценок к туризму и гостеприимству

Практические задания:

1. Проект проведения исследования рынка гостиничных услуг г Москва (любого города на выбор обучающегося) с указанием этапов и планируемых результатов
2. Проект мероприятий по подбору экспертов (разработка критериев) для проведения исследования по выявлению трендов потребительских предпочтений в гостиничном бизнесе
3. Проект проведения опроса и разработка опросного листа для выявления тенденций организации гостиничного бизнеса в условиях ограничений въездного туризма
4. Проект проведения исследования готовности гостиничных комплексов к принятию гостей из восточных стран
5. Проект проведения научно-прикладного исследования развития российских гостиничных цепочек в условиях санкционных ограничений

Требования к выполнению практического задания: При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

6. Записать дату, тему и цель задания;
7. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
8. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
9. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
10. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

1. Научно-прикладные исследования в профессиональной деятельности

2. Тема практического занятия. **НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

3. Цели занятия: сформировать представление об особенностях научно-прикладных исследований в сфере туризма и гостеприимства

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 3.1. Постановка задачи и форма представления научного исследования	презентация доклада
2	Тема 3.2. Магистерская диссертация как форма научного исследования	аналитическое задание

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Цели занятия: сформировать представление об особенностях научно-прикладных исследований в сфере туризма и гостеприимства

Тема практического занятия: 3.1. Постановка задачи и форма представления научного исследования

Вопросы к обсуждению:

Особенности научных исследований в области туризма и гостеприимства. Основные направления развития научных исследований в сфере туризма и гостеприимства. Географическое и экологическое направление. Экономическое, политическое и культурно-историческое направление. Техническое направление. Этапы выполнения научно-исследовательской работы. Постановка проблемы. Анализ состояния проблемы в туристской и педагогической деятельности. Научное изучение как основная форма научной работы. Виды систематизации результатов научных исследований и их содержание. Научный доклад, стендовые доклады. Рефераты и тезисы доклада. Научная статья. Публикация статьи в международном издании. Монография, отчет о научно-исследовательской деятельности и диссертация. Другие формы представления результатов научного исследования. Аннотация и рецензия. Презентация результатов научного исследования. Устные формы представления и внедрения результатов (научный семинар, конференция, педагогические чтения и др.). Критерии и показатели для изучения результатов исследования. Оформление и внедрение результатов исследования. Поиск научной информации. Источники информации. Достоверность источников информации.

Практические задания:

1. Системы для поиска научной информации
2. Современное информационное обеспечение научной работы
3. Особенности проведения научных исследований в условиях информатизации современного общества
4. Ресурсы сети Интернет в научных исследованиях: преимущества и недостатки
5. Результаты научных исследований как интеллектуальная собственность
6. Этика исследовательской деятельности
7. Статистика и анализ данных
8. Инновации в исследовательской деятельности
9. Научная проблема и научная задача. Классификация научных проблем
10. Новизна научного результата исследования

Тема практического занятия: 3.2. Магистерская диссертация как форма научного исследования

Вопросы к обсуждению:

Общая схема хода научного исследования при работе над магистерской диссертацией. Применение логических законов и правил. Выбор и согласование темы. Составление индивидуального и рабочего плана. Изучение литературы и отбор фактического материала. Композиция диссертационного произведения. Теоретическая часть работы. Решение практической (прикладной) задачи. Оформление работы (таблицы, графики, схемы, рисунки, текст). Приемы изложения научных материалов. Язык и стиль диссертационной работы. Предварительное рассмотрение магистерской диссертации по месту её выполнения. Составление автореферата и процедура публичной защиты магистерской диссертации.

Практические задания:

1. Анализ тематики научно-прикладных исследований в области сферы сервиса в целом и гостиничного бизнеса в частности. Составление обзорного аналитического отчета
2. Анализ тематики научно-прикладных исследований в области сферы сервиса в целом и индустрии туризма в частности. Составление обзорного аналитического отчета
3. Анализ тематики научно-прикладных исследований в области управления потребительским поведением в индустрии гостеприимства. Составление обзорного аналитического отчета
4. Анализ тематики научно-прикладных исследований в области применения информационных технологий в сфере гостеприимства и туризма. Составление обзорного аналитического отчета
5. Анализ тематики научно-прикладных исследований в области сервиса сегмента B2B. Составление обзорного аналитического отчета

Требования к выполнению практического задания: При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

11. Записать дату, тему и цель задания;
12. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
13. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
14. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
15. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма	
Тема 1.1. ***Введение в цифровой маркетинг. Характеристика Интернет как цифровой среды маркетинга***	Ведение в маркетинг-микс. Сущность, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами в интернете. Формирование маркетинговой стратегии в интернете. Персонализация в процессе управления поведением потребителей в цифровом маркетинге. Клиентоориентированный маркетинг как основа digital-маркетинга. Персонализация в процессе управления поведением потребителей в цифровом маркетинге: понятие типов потребителей и целевой аудитории интернет-рекламы (поколенческая психология). Реализация концепции цифрового маркетинга. Формирование маркетинговой стратегии в интернете
Тема 1.2. ***Сущность, характеристика и классификация интернет-ресурсов как инструментов***	SEO как инструмент интернет-маркетинга, понятие SEO. Веб-технологии. Принципы работы поисковых машин. Интернет – возникновение, развитие. Веб-сайты – доменные имена, хостинг. Сайт – основа для SEO. Цели и

цифрового маркетинга	задачи сайта в индустрии туризма. Внутренняя оптимизация. Внешняя оптимизация, поведенческие факторы. Угрозы и риски в SEO. Недобросовестные действия владельцев, исполнителей, конкурентов. SEO-инструментарий, статистика и аналитика, бюджет. Аналитический отчет о маркетинговых исследованиях в сфере туризма и гостеприимства. Интернет-маркетинг и SEO. Подрядчики и самостоятельная работа. Взаимодействие с другими инструментами цифрового маркетинга
РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма	
Тема 2.1. ***Современные технологии цифрового маркетинга в индустрии туризма***	Социальные медиа как возможности для интерактивного маркетинга в индустрии туризма (SMM-маркетинг). Глобальный уровень проникновения социальных сетей. Тенденции развития социальных сетей. Популярные ресурсы и рейтинги в сфере туризма и гостеприимства. Обзор социальных сетей. Аудитория социальных сетей России. SMM как инструмент внутрикорпоративного маркетинга. Стратегия SMM-маркетинга: этапы. Планирование работы в социальных сетях. Маркетинг влияния (Influencer Marketing). Реклама в социальных сетях. Директ-маркетинг. E-mail-маркетинг. Основные средства почтового директ-маркетинга и типы электронных сообщений. Повышение продаж с помощью email-маркетинга: привлечение новых клиентов и удержание лояльных. Сегментирование целевой аудитории подписчиков. Эффективный сбор базы подписчиков: автоматизированные сервисы email-маркетинга. Создание высокоэффективных и запоминающихся писем. Интеграция социальных сетей с email-рассылками. Анализ и оптимизация email-рассылок. Коллаборационный CRM: веб-портал, система электронной почты, call-центр, система учета и планирования контактов. Управление взаимоотношениями с партнерами с использованием инновационных информационных и коммуникационных технологий. Организация работы интернет-маркетолога в туристской деятельности: сотрудники в штате, аутсосрсинг, фриланс
Тема 2.2. ***Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга в индустрии туризма***	Составляющие информационной политики. Положение об информационной политике организации. Основные принципы, термины и определения раскрытия информации. Целевые аудитории. Ключевые сообщения. Инструменты по каждой целевой аудитории и PR-план. Порядок охраны и использования инсайдерской информации. Структура PR-отдела. Планирование и организация деятельности пресс-центра. Роль и место Российского информационного центра в системе общественных связей. Взаимодействие с инвесторами и акционерами. Взаимодействие со средствами массовой информации (СМИ). Раскрытие информации должностными лицами организации. Раскрытие информации на веб-сайтах компании. Письменные

	запросы. Информация, составляющая коммерческую или служебную тайну. Инсайдерская информация. Антикризисное реагирование в индустрии туризма. Инструментарий аналитики бизнеса в индустрии туризма. Расчет воронки продаж в туристской деятельности. Контент-анализ. Реакция целевых аудиторий на различные каналы интернет-продвижения. Повышение результативности цифрового маркетинга. Цифровой маркетинг: затраты и инвестиции. Эффективность интернет-платформы (сайта, лендинга). Оценка эффективности продвижения интернет-платформы в комплексе интернет-маркетинга. Анализ источников трафика или post-click – анализ. Этапы проведения пост-клик-анализа. Метрика: статистика, аналитика. Комплексная оценка эффективности цифрового маркетинга. Посещаемость и конверсии. Эффективность контекстной рекламы. ROI в интернет-маркетинге. Аналитика социальных сетей. Ключевые показатели социальных сетей. Показатели эффективности smm-кампании: повышение узнаваемости бренда. Показатели эффективности smm-кампании: вовлеченность потребителей в коммуникацию. Показатели эффективности директ-маркетинга. Коррективы в стратегию цифрового маркетинга организации в индустрии туризма. Соблюдение правил и положений об информационной политике организации. Меры по обеспечению контроля за соблюдением информационной политики организации

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-

либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности

воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме

дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма

Тема 1.1. Введение в цифровой маркетинг. Характеристика Интернет как цифровой среды маркетинга

Вопросы для самоподготовки:

1. Изучить дополнительный материал по теме «Особенности работы в Рунете» (см. список рекомендуемой литературы).
2. Исследовать понятие «SEO и SEA» в поддержке сбытовых показателей на рынке.
3. Провести анализ этапов работы с клиентами в рамках построения стратегии цифрового маркетинга.
4. Изучить понятийный аппарат в области цифрового маркетинга.

Тема 1.2. Сущность, характеристика и классификация интернет-ресурсов как инструментов цифрового маркетинга

Вопросы для самоподготовки:

1. Изучить этапы работы с клиентами в индустрии туризма в цифровой среде.

Подготовить развернутый ответ на вопрос дискуссии, в чём принципиальная разница между интернет-продажей и электронной коммерцией в индустрии туризма

2. Обоснованные выводы и необходимая информация для принятия управленческих решений на этапе выбора платформы интернет-маркетинга.

3. Практические навыки поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной маркетинговой информации в целях мониторинга коммуникаций в интернете.

4. Современные требования к ответственности цифровых коммуникаций.

5. Органы, уполномоченные осуществлять контроль за деятельностью в интернете туристской организации.

РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма

Тема 2.1. Современные технологии цифрового маркетинга в индустрии туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Рассмотреть преимущества внедрения системы взаимоотношений с клиентами на различных интернет-платформах в сфере туризма и гостеприимства.

2. Изучить и подготовить комплекс материалов по формированию единой философии рыночного участия туристской организации с учетом особенностей функционирования цифрового маркетинга (на примере российских и зарубежных компаний).

3. Изучить и подготовить комплекс материалов по формированию модели поведения покупателя и выбора оптимальной стратегии в интернете в зависимости от целей туристской.

4. Изучить и подготовить комплекс материалов по анализу примеров российских исследований поведения потребителей в Рунете в сфере туризма и гостеприимства

5. Изучение дополнительного материала по теме «Документы коммерческих организаций по

6. информационной политике организации».

7. Подробное изучение современных принципов, особенностей, проблем информационной политики в индустрии туризма (см. список рекомендуемой литературы).

8. Подготовка дополнительных материалов (прикладного характера, например, статей, концепций и т.п.) по теме «Специфика проведения информационных кампаний туристской

9. организации».

10. Проанализировать структуру, механизм и содержание защиты от информационного несанкционированного доступа.

Тема 2.2. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга в индустрии туризма.

Вопросы для самоподготовки:

1. Проанализировать основания и методики отнесения сведений к коммерческой тайне. Подробно изучить этапы данного процесса.

2. Творческий проект «Разрешительная (разграничительная) система доступа должностных лиц,

3. работников к конфиденциальным сведениям, документам и базам данных».

4. Творческий проект «Обязанности должностных лиц, допущенных к сведениям, составляющим коммерческую тайну».

5. Изучение порядка предоставления (получения) конфиденциальной информации работникам сторонних организаций, государственным учреждениям (см. список рекомендуемой литературы).

6. Подробное изучение структуры документа, характеризующего политику безопасности, и основные этапы разработки политики информационной безопасности.

7. Творческий проект «Базовые инструментальные средства для анализа рисков и управления рисками туристской организации».

8. Проанализировать основные положения по осуществлению контроля информационной безопасности (ИБ). Контроль ИБ: назначение, цель и задачи контроля 2. Проанализировать: социальный CRM (Social CRM или SRM).

9. Совокупность технологий: мониторинг социального веба, сбор информации о контактах из социальных сервисов, управление сообществом клиентов/партнеров, сбор отзывов и идей от клиентов в сфере туризма и гостеприимства.

10. Подробно изучить показатели эффективности smm-кампании: повышение узнаваемости бренда туристской организации.

11. Изучить показатели эффективности smm-кампании: вовлеченность потребителей в коммуникацию туристской организации.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма

Тема 1.1. Введение в цифровой маркетинг. Характеристика Интернет как цифровой среды маркетинга



Источник: https://savelev-sergey.ru/wp-content/uploads/2020/01/cifrovoj-marketing-800x365-1.jpg

Рисунок Цифровой маркетинг: теория и практика 86В



Источник: https://cf.ppt-online.org/files/slide/e/efgdaXwMWu2nJILU76zjT5vpcPSts4ZyGFCrQH/slide-9.jpg

Тема 1.2. Сущность, характеристика и классификация интернет-ресурсов как инструментов цифрового маркетинга



Источник: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/max_1200/bcfb0a100095949.5f018de7abbc2.jpg

Рисунок Эффективные инструменты интернет-маркетинга

РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма

Тема 2.1. Современные технологии цифрового маркетинга в индустрии туризма



Источник: http://rrbusiness.ru/media/uploads/2017/04/19/screenshot_10.jpg

Схема Перспективы развития виртуального информационного пространства в туристской индустрии

Тема 2.2. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга в индустрии туризма



Источник: https://pandia.ru/text/82/153/images/img15_6.png

Схема Направления оценки эффективности маркетинговых коммуникаций



Источник: https://pitportal.ru/wp-content/uploads/2018/10/pInc5fZKQAw.jpg

Рисунок Повышение эффективности маркетинга в сфере фаст-кэжуал

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить

информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после

названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ ПРОДУКТОВ

2. РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма/Тема 1.1. Введение в цифровой маркетинг. Характеристика Интернет как цифровой среды маркетинга - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

−сформировать знание о основных средствах и инструментах продвижения и продаж в Интернете, инструментов лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии;

−сформировать умения делать выбор среди современных инструментов интернет маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие концепции цифрового маркетинга	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Маркетинговая стратегия. Формирование цифровой маркетинговой стратегии	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Реализация концепции цифрового маркетинга.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Введение в цифровой маркетинг. Характеристика Интернет как цифровой среды маркетинга

Текст лекции.

Понятие «цифровой маркетинг» («интернет-маркетинг») возникло в последнее десятилетие XX века с появлением информации о товарах на текстовых сайтах. Представляет собой торговлю в цифровом пространстве информацией о товарах и услугах производителя, программными продуктами, описанием систем зарабатывания денег. Существенные изменения и сегментирование в рынок интернет-рекламы внесли Google, Yahoo, MSN, разработавшие систему услуг по узкой рекламе для небольших фирм и компаний, связывающих малые предприятия и крупный бизнес, что вызвало снижение расходов, рост рентабельности инвестиций. Любой предприниматель, имеющий идею, товар либо услугу, получил посредством этого типа маркетинга доступ к максимально широкой аудитории. На сегодняшний день интернет-маркетинг рассматривается как цифровая стратегия бизнес-сферы прямого отклика для создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям. Данный тип маркетинговых услуг обеспечивает постоянный контакт с потребителями в секторах B2B, B2C, регулярный статистический мониторинг на основе мгновенно получаемых сведений о потребностях покупателей, объемах продаж, прецизионный анализ, о котором свидетельствует активное использование понятий ROI (коэффициент окупаемости инвестиций), conversion rate (коэффициент эффективного посещения) Важной функцией цифрового маркетинга является предоставление покупателю сведений о товарах, услугах и условиях их приобретения. Отсутствие такого рода сведений станет поводом для покупки товара или услуги у конкурента. К преимуществам цифрового маркетинга относят экономию денежных вложений на продавцах, способах привлечения внимания потребителей к продукции, расширение функциональных границ компаний с локального уровня до международного. Цифровой выход на рынок не очень дорог, позволяет быстро оценить эффективность мероприятий маркетингового характера.

Интерес к интернет-маркетингу проявляют и представители бизнес-сообщества, и обычные граждане, стремящиеся заработать на продвижении личных блогов или веб-сайтов. Согласно данным из открытых источников, в последние годы более 5% от общих затрат на рекламу в США и странах Европы составляют вложения в цифровой маркетинг.

Цели, задачи цифрового маркетинга и способы их достижения Основополагающей целью цифрового маркетинга является содействие росту прибыли компании за счет привлечения большого количества клиентов, обеспечения эффективности продаж, сокращения маркетинговых расходов, повышения рентабельности рекламы. Задачи: – создание эффекта эмерджентности для увеличения продаж; – минимизация затрат на рекламу, направленную на привлечение клиентов; – обеспечение максимальной осведомленности потенциальных покупателей о товарах и услугах; – систематическая работа с сайтами организаций для привлечения на них целевой аудитории: регулярный мониторинг трафика, информации о технических возможностях посетителей, результативности осуществляемой деятельности; – оптимизация лояльности к продукции компании со стороны постоянных клиентов; – своевременные рекламно-информационные мероприятия, уведомляющие ЦА о новых продуктах на рынке; – профессиональный выбор путей распространения информации для различных видов целевой аудитории; Практически каждый день появляются новые сайты, приложения и сервисы, закладывающие новые стратегии развития интернет-маркетинга. Для продвижения бренда многие компании применяют мобильный трафик, давая возможность

потребителям совершать быстрые покупки посредством приложений для смартфонов. Удобным способом поддержания связи с клиентами являются страницы в социальных сетях, инстаграм, микроблоги, например, твиттер, соцмедиа, различные приложения. Активно развивается торговля в условиях одновременного применения оффлайн (физических) и онлайн (цифровых) каналов взаимодействия, когда путь потенциального покупателя виден от его ПК до условного «прилавка» продавца. К преимуществам продвижения продукта посредством мобильных ресурсов можно отнести невысокую стоимость, выделение нескольких целевых аудиторий, возможность применения практически в любой бизнес-сфере, высокую эффективность за счет привлечения к выбранному ресурсу неограниченного числа пользователей. В спектр информационных услуг, предоставляемых социальными сетями и мобильными приложениями входят – кнопка «купить», позволяющая приобрести товар мгновенно, за один клик, без длительного перехода по ссылке; внедрена, например, в приложениях твиттер и инстаграм; – инновационный аналог невыразительного текста – функция визуализации, видео-контент на ютьюбе и в фейсбуке; – специализированный контент для изучения отзывов покупателей, разработанный в связи с появлением нового места успешной рекламы – страниц популярных блогеров в инстаграм. Примечательным явлением в развитии рекламного бизнеса становится искусственный интеллект, обучающий навыкам моделирования абстракций высокого уровня. Делаются первые шаги в применении ИИ в маркетинговых мероприятиях: масштабный анализ Big Data, самостоятельное создание неповторимого в своем роде контента, поисковая выдача, мониторинг запросов потенциальных клиентов, распознавание на фотографиях намеченных объектов.

Маркетинговая стратегия. Маркетинговая стратегия — это главный документ, на основе которого компании планируют продвижение и продажи товаров и услуг. Без маркетинговой стратегии на тестирование не связанных между собой гипотез для разных каналов продвижения уйдёт много ресурсов. Будет трудно найти причины текущих показателей, масштабировать хорошие результаты, а плохие — не повторять. Суть маркетинговой стратегии в том, что она систематизирует и помогает оценить ресурсы компании, чтобы перераспределить их на более эффективные каналы. Каналами продвижения могут быть наружная реклама, партнёрства с блогерами, реклама в социальных сетях, на радио, телевидении, в поисковых сетях.

Формирование цифровой маркетинговой стратегии**.** Реализация концепции цифрового маркетинга.

Как создать стратегию цифрового маркетинга: Пять примеров стратегии цифрового маркетинга | Blog Wrike

Вам нравится то, что вы сейчас прочитали? Ну а теперь вам предстоит решить задачу по созданию собственной стратегии цифрового маркетинга. Она может показаться вам невероятно сложной, но это не совсем так.

Давайте начнем с малого и выделим пять простых шагов, которые помогут вам выбрать правильное направление. Считайте это базовой структурой для вашей будущей стратегии.

1. Изучите аудиторию

Прежде чем разработать комплекс маркетинговых мероприятий, вы должны понять, к кому вы обращаетесь. Поэтому вашим первым шагом должно стать изучение аудитории.

Для этого есть много способов, но некоторые из наиболее популярных и эффективных включают в себя:

Аналитику (на вашем веб-сайте, платформе email-маркетинга и в социальных сетях)

Опросы и формы обратной связи

Обсуждения с сотрудниками отделов продаж и поддержки клиентов

Одни лишь эти три способа дадут вам ценную информацию о том, кто ваши клиенты, какие цели они преследуют, с какими проблемами сталкиваются, и как им может помочь ваша компания.

Вооружившись этой информацией, вы сможете создавать различные профили покупателей, чтобы всегда помнить, к кому именно вы обращаетесь, и соответствующим образом таргетировать свои сообщения.

2. Поставьте цели

Ваша общая стратегия цифрового маркетинга должна быть связана с какой-то крупной целью — с чем-то более конкретным и вдохновляющим, чем «прорекламировать компанию» или «расширить аудиторию».

Один из лучших способов постановки маркетинговых целей — использование методики SMART. Эта аббревиатура означает, что поставленная цель должна быть:

Specific — конкретной

Measurable — измеримой

Attainable — достижимой

Relevant — сопоставимой

Time-bound — ограниченной по времени

Проработав каждую букву, вы сможете поставить цели, которые действительно помогут вам двигаться в правильном направлении. Например, цель цифрового маркетинга по методике SMART может выглядеть примерно так:

Увеличить наш список почтовой рассылки на 2000 подписчиков за I квартал, чтобы получить достаточную аудиторию для продвижения наших вебинаров.

Если хотите применить альтернативный метод, можете воспользоваться методикой OKR («цели и ключевые результаты»), чтобы добиться максимальных результатов вашей маркетинговой деятельности.

3. Оцените прошлую работу

Разработка стратегии — довольно сложная задача, и вам может показаться, будто вы каждый раз делаете все с нуля, но это не совсем так. Вы и до этого занимались маркетингом (даже если эта деятельность была не слишком масштабной), а это значит, что какой-то опыт у вас уже есть.

Проанализируйте свои прошлые действия, чтобы понять, в каких случаях вы достигали нужных результатов, а в каких — нет. Это поможет вам понять, где нужно приложить больше усилий.

Кроме того, вы получите неплохую возможность собирать контент и различные материалы — от иллюстраций в социальных сетях до важной информации — которые можно будет использовать повторно, чтобы не выполнять лишней работы. Например, цитату из прошлой статьи в блоге можно использовать в качестве иллюстративного материала в Instagram.

4. Тщательно продумайте все основные моменты

Каким бы высоким ни был полет вашей творческой фантазии, всегда находятся множество непреодолимых обстоятельств, с которыми нужно считаться. Разработка стратегии не имеет никакого отношения к мечтам. Скорее это попытка понять, чего вы можете добиться с имеющимися ограничениями.

И вот тут уже нужно задуматься. В Digital Marketing Institute используется формулировка «выявление ваших ресурсов», которая означает, что вам нужно рассмотреть следующие факторы:

Ваш бюджет. Сколько вы можете потратить на цифровой маркетинг?

Ваш персонал. Кто несет ответственность за результат? Придется ли отдавать часть задач или обязанностей субподрядчикам?

Ваши каналы. Какие каналы маркетинга вы будете использовать, и какая цель связана с каждым каналом?

Эти основные элементы нужно выяснить заранее, чтобы вы смогли разработать стратегию, которая окажется успешной при любых ограничениях.

5. Составьте план

Когда у вас в наличии имеются все базовые элементы — ваша аудитория, ваши цели и ваши ресурсы, пора объединить их в единый шаблон стратегии цифрового маркетинга.

Начните с простого календаря (составленного в электронной таблице или прямо в Wrike), где будут собраны все эти элементы. Например, можно спланировать отдельную почтовую рассылку в календаре, а затем начать добавлять к ней другие фрагменты.

Будьте готовы к тому, что ваши первоначальные замыслы со временем воплотятся во что-то совершенно неожиданное, но иногда нужно просто начать двигаться вперед, чтобы найти для себя наилучший из возможных путей. Как в любом процессе, вы будете действовать методом проб и ошибок!

Пять примеров стратегии цифрового маркетинга, которые вас вдохновят

Вы знаете, какие первые шаги вам нужно предпринять, чтобы начать работу, но чувствуете себя неуверенно? Иногда все, что вам нужно, это немного вдохновения.

Ниже приводятся примеры известных брендов, которые сосредоточили свои маркетинговые усилия на трех различных направлениях: контент-маркетинге, маркетинге в социальных сетях и email-маркетинге.

Какое направление цифрового маркетинга приносит наилучшие результаты? Эти бренды доказали, что однозначного ответа на этот вопрос не существует. Все зависит от того, как вы реализуете свои планы.

1. Пример контент-маркетинга: Buffer

Если речь идет о контент-маркетинге, трудно не вспомнить самый популярный планировщик постов в социальных сетях — Buffer. Компанию, которая создала этот сервис, часто приводят в пример как образец «правильного» использования контент-маркетинга.

В самом начале руководители компании полагались в первую очередь на гостевые публикации. Созданный ими контент размещался на множестве различных сайтов, потому что они хотели сделать его узнаваемым. Один из соучредителей Buffer утверждает, что эта стратегия позволила им привлечь первые 100 тысяч клиентов.

Тем не менее, они были недовольны тем, что пренебрегали собственным сайтом. Но в последующие годы компания завоевала авторитет в индустрии благодаря публикациям высококачественного контента в своих блогах.

Вы заметили, что в предыдущем абзаце упоминаются «блоги», а не «блог»? Все верно — у них было два разных блога, адресованных разной аудитории:

Блог Buffer: все о социальных сетях, маркетинге, а также о возможностях и обновлениях Buffer.

Открытый блог: все об удаленной работе, корпоративной культуре и развитии компании.

5 Digital Marketing Strategy Examples 2

(Источник: Блог Buffer)

И хотя контент-маркетинг обычно ориентирован на создание электронных книг и публикаций в блогах, компания Buffer доказала, что маркетинговая стратегия не ограничивается печатным словом. Они запустили подкаст под названием «Наука социальных сетей», где делятся идеями и ценной информацией о социальных сетях.

2. Пример контент-маркетинга: Airbnb

И снова мы видим, что не нужно ставить знак равенства между контент-маркетингом и старыми добрыми публикациями в блогах. Это доказала компания Airbnb.

Лучшим примером стали их путеводители по окрестностям, которые оказались очень полезными для путешественников, ищущих временное жилье в определенной местности.

5 Digital Marketing Strategy Examples 3

(Источник: Airbnb Neighborhood Guide)

С помощью этих путеводителей пользователи могут находить достопримечательности, развлечения, рестораны и другие местные объекты. Сотрудники компании Airbnb активно применяют пользовательский контент, включая обзоры, рекомендации и советы, в результате которых создается реалистичное представление о данной местности.

Конечно, цель Airbnb состоит в том, чтобы люди ездили в отпуска и снимали предлагаемое компанией жилье. Поэтому, благодаря таким путеводителям, пользователи узнают о лучших предложениях Airbnb и останавливаются в этих домах и квартирах. Это прекрасный пример рекламного контента, приносящего реальную пользу.

Кроме этого, сотрудники Airbnb предоставляют пользователям информацию и ресурсы, чтобы те сами создавали высококачественный контент, который впоследствии будет использован при формировании списков недвижимости, публикуемых на сайте компании.

«Например, когда домовладелец выкладывает свою информацию на сайте Airbnb, мы даем советы о том, как лучше описать дом, сообщаем о ценах на аналогичную недвижимость в его районе и предлагаем идеи услуг, которые хотели бы получить гости», — объясняет Марисса Филлипс, директор по контенту в компании Airbnb.

3. Пример маркетинга в социальных сетях: Glossier

Можно назвать множество факторов, которые внесли свой вклад в неоспоримый успех бренда декоративной косметики Glossier. И немалую роль в этом успехе сыграли публикации в социальных сетях.

Руководители компании с самого начала отдали приоритет рекламе в социальных сетях (в первую очередь в Instagram), и им даже удалось привлечь 13 тысяч подписчиков в Instagram, прежде чем был выпущен первый продукт.

Но как? Частично этот впечатляющий успех объяснялся тем, что сотрудники компании очень хорошо понимали свою аудиторию и сумели создать публикации, находящие отклик у читательниц.

«У современной женщины есть ровно пять минут, чтобы накраситься и выбежать из дома. Таков мир, в котором она живет, но при этом ей все равно хочется хорошо выглядеть и прилагать для этого минимум усилий», — сказала основательница Glossier Эмили Вайс в интервью для Entrepreneur.

Это тот образ, который они отражают в своих публикациях. Изображения не выглядят излишне стилизованными или безупречными и обычно показывают нам живых людей в реалистичной обстановке (с детьми, животными, в салоне самолета и т. д.).

5 Digital Marketing Strategy Examples 4

(Источник: Glossier Instagram)

В то время как другие бренды пытаются охватить тысячи людей для продвижения своей продукции, Glossier использует другой подход, полагаясь на своих преданных клиенток и поклонниц.

В ходе одного из запусков нового продукта, руководству компании пришла идея подарить образцы продукта пятистам самым преданным поклонницам, которые постоянно покупали их продукцию или активно взаимодействовали с брендом в Интернете. Эти девушки разрекламировали продукт на собственных страницах в соцсетях. А что в итоге? Очень оригинальная кампания в социальных сетях, оказавшаяся невероятно успешной.

4. Пример email-маркетинга: BuzzFeed

Сотрудники компании BuzzFeed так успешно занимаются цифровым маркетингом, что создается впечатление, будто они завоевали весь Интернет. Но из всех направлений их маркетинговой деятельности особенно выделяется email-маркетинг.

Сейчас, когда наши почтовые ящики завалены письмами, email-marketing становится настоящей проблемой. Как сделать так, чтобы люди открывали и читали ваши электронные послания, а не удаляли их не глядя (или, того хуже, чтобы не отписывались от рассылки)?

Сотрудники BuzzFeed доказывают своим примером, что самое важное — это персонализация. Они знают: чтобы пользователи открывали входящие письма, в них должен содержаться контент, который эти пользователи хотели бы получить. Но при этом рассылать таргетированный контент очень сложно, если вы обращаетесь ко всей аудитории целиком.

Поэтому специалисты BuzzFeed сегментировали свою рассылку вплоть до учета очень специфичных интересов (например, вы можете подписаться, чтобы получать раз в день одну фотографию с симпатичной собакой).

5 Digital Marketing Strategy Examples 5

(Источник: новостные рассылки Buzzfeed)

У них есть десятки различных рассылок, на которые можно подписаться, и при этом подписчики всегда знают, что им можно ждать от рассылаемого контента и насколько часто они будут получать новые сообщения. Кроме того, пользователям предлагаются различные челленджи, на которые можно подписаться, чтобы делать маленькие шаги к достижению своей цели.

А что в итоге? Высококачественный таргетированный контент, которого ждут пользователи.

5. Пример email-маркетинга: Adobe

Сегментация — это очень мощный инструмент. Но если у вас нет такой огромной аудитории, как у BuzzFeed, идея создать множество различных рассылок может показаться самоубийственной.

Хорошо, что это не единственный способ рассылать персонализированный контент по электронной почте или узнавать информацию о подписчиках. Прекрасный образец такой стратегии использует компания Adobe. Несмотря на то, что у них тоже огромная аудитория, они применяют несколько иной подход к персонализации.

Взгляните на приведенный ниже пример электронного сообщения, где два призыва к действию расположены рядом друг с другом. Это позволяет подписчикам выбрать, условно говоря, собственное приключение, а также помогает специалистам компании Adobe больше узнать об интересах конкретного клиента.

5 Digital Marketing Strategy Examples 6

(Источник: Электронное сообщение от Adobe, отправленное с помощью сервиса CoSchedule)

Кроме того, Adobe предлагает новостную рассылку Adobe & You, в которую включен еще более персонализированный контент для подписчиков, в том числе новости из мира цифрового маркетинга, советы по работе с Adobe и сведения о местных мероприятиях и курсах обучения.

Создайте собственную стратегию цифрового маркетинга и привлекайте аудиторию

В наши дни цифровой маркетинг стал насущной необходимостью для компаний, которые стремятся создать узнаваемый бренд и привлекать аудиторию. Но это не отменяет того факта, что формирование собственной стратегии может оказаться очень сложной задачей.

Но вы можете разбить эту задачу на простые шаги:

Изучите аудиторию.

Поставьте цели.

Оцените прошлую работу.

Тщательно продумайте все основные элементы стратегии цифрового маркетинга.

Составьте план.

Сделайте это, вдохновляясь приведенными примерами, и ваши усилия в сфере цифрового маркетинга начнут приносить более существенные результаты.

Внедрив надежную стратегию цифрового маркетинга, можете приступать к реализации ваших планов. Wrike помогает тысячам маркетинговых команд воплощать свои идеи в жизнь и добиваться поставленных целей. Хотите знать, как Wrike может помочь вашим маркетологам?

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Специфика мероприятий цифрового маркетинга в России.
2. Средства Интернет коммуникации.
3. PR-кампания в Интернете.
4. Интерактивный цифровой маркетинг: социальные сети и директ-маркетинг.
5. Понятие контекстной рекламы.

1. Учебная дисциплина. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ ПРОДУКТОВ

2. РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма/ Тема 1.2. Сущность, характеристика и классификация Интернет-ресурсов как инструментов цифрового маркетинга - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

−сформировать знание о основных средствах и инструментах продвижения и продаж в Интернете, инструментов лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии;

−сформировать умения делать выбор среди современных инструментов интернет маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Инструменты интернет-маркетинга	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Оптимизация под поисковые системы (SEO): содержание, специфика, аналитика, взаимодействие с другими инструментами цифрового маркетинга	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Сущность, характеристика и классификация интернет-ресурсов как инструментов цифрового маркетинга

Текст лекции.

Инструменты цифрового маркетинга и возможности реализации маркетинговой коммуникации и кооперации.pdf

Особенности цифрового маркетинга и его инструментов В первую очередь, цифровой маркетинг с его различными каналами и инструментами обладает высокой степенью персонализации. Если традиционный маркетинг направлен на массового потребителя, то в Интернете учитывается мнение каждого (в определенной мере) и с каждым происходит взаимодействие. Другими словами, продвижение в Интернете направлено на завоевание одиночных клиентов. Также наличие персональной информации позволяет проводить четкий таргетинг (рекламный механизм, позволяющий выделить целевую аудиторию и показать рекламу именно ей) в рекламных кампаниях .Во-вторых, цифровой маркетинг интерактивен: клиенты активно вовлекаются во многие бизнес-процессы. Сюда можно отнести участие в опросах, формирование репутации фирмы, привлечение новых клиентов и тому подобное. Кроме этого, клиенты посредством созданного компанией интернет-сервиса могут выполнять часть важных задач, таких как формирование заказов, заказ звонков, обращение к онлайн-консультантам. Цифровой маркетинг отличает огромное количество информации, недоступной в оффлайне. К примеру, в Интернете можно с высокой долей точности оценить эффективность рекламы, количество посетителей, интересы, которые привели их на сайт, получить обширную обратную связь, успешно проводить конкурентную разведку и прочее. В частности, маркетинговые эксперименты (например, апробация новой рекламной кампании или товаров) в Интернете требуют меньших затрат и средств, и времени, чем в оффлайне. В Интернете менее существенным становится территориальное сегментирование рынка. Переход из одного интернет-магазина в другой потребует от потенциального клиента намного меньше усилий, чем переход между оффлайн-магазинами.

Выход фирмы в Интернет позволяет сократить производственные транзакционные, трансформационные и рекламные издержки. При этом фирма должна быть готова к быстрому сжатию или расширению бизнес-процессов, которые могут потребоваться вследствие

изменчивой природы Интернета. Действительно, на приток покупателей оказывают существенное влияние сторонние силы: поисковые системы, рекламные площадки и другие. Для успешного использования инструментов цифрового маркетинга фирма должна сформировать положительный облик, вызывающий доверие у потенциального клиента. Западные потребители уже давно трепетно относятся к благонадежности интернет-компаний и уделяют внимание проверке и изучению сертификатов, разрешений, систем защиты. Влияние оказывает и внешнее оформление сайта фирмы, его работоспособность, оперативность менеджеров при обработке обращения на сайте и многое другое. Эти тенденции постепенно набирают обороты в России, так как интернет-сообщество развивается и учится противостоять мошенникам и спамерам.

Поскольку потребители в основном общаются с компанией через интернет-представительство(например, сайт или группа в социальной сети) необходимо, чтобы оно работало в режиме 24 часа 7 дней в неделю. Все клиенты ожидают быстрого отклика от Вашей фирмы. Традиционный и цифровой маркетинг отличаются и по способу доставки сообщений. В традиционных СМИ используется push-модель, в которой потребители пассивны, а поставщиками информации являются фирмы. Интернет же относят к pull-модели, в которой пользователь получает информацию в ответ на запрос. Активная роль потребителей позволяет им контролировать процесс поиска информации. Это создает между фирмами-конкурентами жесткое соперничество за внимание потребителя.

Интернет дает широкие возможности для поддержания долгосрочных отношений с потребителями, что является экономически более выгодным, чем привлечение новых потребителей.

 Принцип Парето утверждает, что около 80 % дохода компании обеспечивается 20 % ее клиентов.

 Для продажи единицы товара торговому представителю в среднем требуется лишь 2-3 обращения к уже существующим клиентам, в сравнении с десятком аналогичных к новым потенциальным покупателям.

 Заключить сделку с уже имеющимся клиентом дешевле в 5-10 раз, чем добиться этой же сделки с новым покупателем.

 Увеличение доли постоянных покупателей на 5 % выражается в общем увеличении объемов продаж более чем на 25 %.

Цифровой маркетинг идет рука об руку с оффлайн-бизнесом и оффлайн-маркетингом. Интернет – это еще один способ расширить бизнес и увеличить прибыль, при этом он не является отдельным направлением или дочерней веткой. Говоря о синергии он-лайн и оффлайн, часто употребляют термин Omni-channel – подходе, принципами которого являются цельность и согласованность пользовательского опыта. Omni-channel обеспечивает интегрированность продаж – не важно, каким образом покупатель собирается совершить покупку, важно, чтобы он мог сделать это любым способом, который он выберет, будь то оффлайн-магазин, интернет-магазин, продажи через мобильные устройства, продажи через социальные сети или по телефону. При этом потребитель не должен чувствовать разницы в каналах, приобретая товар тем способом, каким ему удобно в данный момент, получая и возвращая в случае необходимости товар там, где ему комфортнее.

Он-лайн играет в omni-channel значительную роль. В первую очередь это связано с образом жизни современного общества. Люди повсеместно используют Интернет для работы и развлечений. Доля интернет пользователей постоянно растет, и многие вещи, такие как покупка и продажа он-лайн, становятся обыденным делом.

Продвижение в цифровом маркетинге.

Освоение любого нового рынка всегда требует издержек, поэтому решение о выходе в Интернет должно быть осознанным. Обычно это решение поддерживается стремлением к одной или нескольким целям.

- Избежать давления на физическом рынке.
- Поиск нового сегмента потребителей.
- Обслуживание имеющихся клиентов через новый канал,

поддержание лояльности.

- Сокращение издержек.

С одной стороны, выйти в Интернет для фирмы проще, чем завоевать определенные позиции в оффлайне. Многие начинающие фирмы выбирают Интернет из-за более низкого «входного» порога – требуется существенно меньше денежных и временных затрат для получения первых клиентов.

Однако, это дает и обратный эффект: конкуренция в Интернете высокая, и люди легко изменяют фирмам.

Маркетинговые технологии, описанные выше, отлично работают и в цифровом маркетинге. При этом поиск информации становится даже проще: мнения, страхи, критерии покупки целевой аудитории легко находить на форумах и в блогах, для поиска конкурентов уже существуют специальные сервисы, анализирующие рекламу в Интернете (например, semrush.com и spywords.ru).

Цифровой маркетинг, как и традиционный маркетинг, начинается с описания целевой аудитории.

Специфика интернет-аудитории накладывается и на портреты потенциальных клиентов. У них свои привычки и ожидания, на сайте и в магазине люди будут вести себя по-разному. Портреты целевой аудитории, по сути, задают вектор всего продвижения: нужно продвигаться там, где живет аудитория, и использовать те маркетинговые зацепки, которые будут интересны именно этим людям. Важно обращать внимание на их желания и закрывать страхи и возражения, которые возникают еще на этапе ознакомления с рекламой или сайтом. В процессе продвижения в Интернете сайт является точкой коммуникации и кооперации потенциальных потребителей и фирмы. Он отвечает за то, чтобы пользователь продолжил общение и связался с персоналом фирмы – отправил заявку, позвонил, оформил заказ. Владельцы бизнеса часто забывают, что финальная продажа часто не зависит от сайта.

Даже в случае продвижения интернет-магазинов, когда человек может полностью оформить и оплатить заказ, большую роль играет скорость подтверждения заказа, оперативность доставки, вежливость курьера. В случае, когда заинтересованный человек звонит или оставляет свои контакты для связи, за продажу отвечает работник, принявший заявку или звонок. Процесс общения отдела продаж с потенциальным клиентом, наличие отработанных скриптов разговора, вежливость и оперативность играют ключевую роль в успешной продаже. Рекламное сообщение и веб-сайт, с которым человек ознакомился до этого, имеют косвенное влияние, формируя ожидания от разговора с менеджером.

Имея маркетинговую стратегию, разработанную на основе портретов целевой аудитории и анализа конкурентов, можно приступать к разработке рекламной кампании в Интернете. Тактические мероприятия условно можно разделить на работу с каналами привлечения посетителей и работу с самим веб-сайтом или представительством (например, группой в социальной сети). Позиционирование и маркетинговые решения проходят сквозь оба направления красной нитью.

Инструменты цифрового маркетинга и их характеристика

• □ Поисковая оптимизация – оптимизация сайта с целью получения высоких рангов в поисковой системе по запросам, отвечающим тематике сайта. Направлена на получение трафика из популярных поисковых систем, основное внимание сосредоточено на системах Яндекс и Google. Такие посетители более лояльны к сайту и компании, поскольку получают от поисковых систем независимое свидетельство о качестве веб-ресурса. Другими словами, поисковая оптимизация(или SEO) - это процесс получения трафика от бесплатных, системных, редакционных или естественных результатов поиска в поисковых системах. Проще говоря, это название той деятельности, которая пытается улучшить рейтинг в поисковых системах. Во многом это просто контроль качества веб-сайтов. SEO может ориентироваться на различные виды поиска, включая поиск изображений, локальный поиск, видео поиски и поиска новостей. Использование надежной стратегии SEO может помочь правильно разместить ваш сайт в самых критических точках для процесса покупки (удобство онлайн-шоппинга) или, когда людям нужен ваш сайт. Социальные медиа подразумевают взаимодействие с клиентами через социальные сайты, такие как Facebook и Twitter. Использовать этот инструмент можно в качестве поддержки канала, запуска новых продуктов, анонса скидок и эксклюзивных купонов для стимулирования продаж.

• Контекстная реклама – показ рекламных объявлений пользователям, заинтересованным в них в данный момент. В контекстной рекламе производится оплата за посетителей. Этот трафик легко управляем, но фактически получается дороже, чем поисковая оптимизация.

Наиболее известными сервисами контекстной рекламы являются Яндекс.Директ и GoogleAdWords. К контекстной рекламе также можно отнести ретаргетинг – показ рекламных объявлений тем, кто уже посещал сайт.

• Медийная реклама – показ рекламных баннеров на сайтах. Обычно медийная реклама используется для повышения узнаваемости бренда.□ Отраслевые и прайс-агрегаторы – представляют собой площадки с каталогами товаров от разных фирм. Примерами могут служить Яндекс.Маркет, Викимарт, Товары@mail.ru.

• Таргетированная реклама в социальных сетях позволяет показывать рекламные объявления в соответствии с демографическими характеристиками и персональными интересами пользователя. Оплата также происходит за посетителей, наиболее известными сервисами являются Вконтакте, Facebook, Таргет@mail.ru.

• Партнерские программы в большинстве своем предлагают оплату за совершенное действие на сайте рекламодателя. При хорошо проработанном предложении и высокой марже и относительно небольших временных затратах это очень эффективный канал. В данном случае поиск трафика перекладывается на плечи веб-мастеров. Также можно выстраивать собственную партнерскую программу для покупателей и веб-мастеров. Примерами агрегаторов партнерских программ являются Admitad, ГдеСлон, Actionads, Actionpay.

• Видеореклама и мобильная реклама пока используется компаниями в качестве тестового канала, но постепенно набирает обороты. Особенно это касается мобильной рекламы, темпы роста которой, по различным оценкам, превышают 40 % в год. Один из самых популярных сервисов для видеорекламы – Youtube, что касается мобильной рекламы, то сюда в первую очередь относят рекламу через мобильные приложения.□ E-mail-маркетинг – полезные рассылки по электронной почте пользователям, давшим добровольное согласие на это.

- Email-маркетинг - это эффективный способ оставаться на связи с клиентами фирмы, а также продвигать свой бизнес. Таким образом, можно легко и быстро достичь целевых рынков, не требуя большого количества пространства для печати, телевидения или радио, или высоких производственных затрат.
- Контент-маркетинг – привлечение пользователей за счет публикации полезного контента.Трафик будет поступать как из органического поиска, так и за счет сарафанного радио: активные пользователи, которым понравился контент, будут распространять информацию дальше. Контент-маркетинг – это стратегический маркетинговый подход, ориентированный на создание и распространение ценного, релевантного и согласованного контента для привлечения и сохранения четко определенной аудитории. В конечном итоге он нацелен на стимулирование прибыльных действий клиентов.
- SMM (socialmediamarketing) – создание лояльной аудитории в социальных сетях за счет публикации полезной информации и общению с потенциальными потребителями. В зависимости от типа бизнеса, могут быть задействованы сервисы В контакте, Facebook, LinkedIn, Twitter и другие. Мобильный маркетинг – это маркетинг, который работает с помощью мобильного устройства, например, смартфона. Мобильный маркетинг может предоставить клиентам информацию о времени и местоположении, персонализированную информацию, которая продвигает товары, услуги и идеи. Этот вид цифрового маркетинга аналогичен рекламе, распространяемой по другим электронным каналам, таких как текстовые, графические и голосовые сообщения. Развитие цифровых технологий создало хорошее пространство для маркетинговой коммуникации с использованием мобильных каналов. Благодаря этому мобильный маркетинг основан на использовании цифровых технологий и беспроводных устройств для коммерческой деятельности. Наиболее часто используемые инструменты в этом виде деятельности – это мобильный телефон, смартфон и планшет. Мобильные операционные системы (например, Adroid, iOS) и приложения, поддерживающие удаленную беспроводную связь, используются для мобильного маркетинга. Рекламные кампании, проводимые на основе мобильного маркетинга, обычно имеют на 10-25% более высокие показатели эффективности, чем веб-кампании или кампании, основанные на традиционном прямом маркетинге. Такая эффективность связана с тем, что телефон это устройство, с которым пользователь практически не расстается. К наиболее популярным инструментам мобильного маркетинга относятся рекламные баннеры, ссылки на веб-сайты, конкурсы и SMS-лотереи или веб-сайты, адаптированные для браузеров мобильных устройств.

Таким образом, каждый инструмент имеет свои особенности. Например, поисковое продвижение направлено на долгосрочную перспективу и не сможет дать мгновенный эффект, в отличие от контекстной рекламы. Социальные сети и электронная почта в большей степени нацелены на поддержку отношений между компанией и потребителями. Также инструменты и каналы маркетинга отличаются по формату рекламного сообщения, чаще всего это либо текстовые объявления, либо баннеры. Соответственно, уже в рекламном сообщении должны содержаться маркетинговые зацепки для целевой аудитории, которые будут мотивировать пользователей переходить на сайт. При переходе на сайт человек попадает на так называемую посадочную страницу (landingpage). С технической точки зрения landingpage – это страница, которая состоит из таких же элементов, как и обычная веб-страница (HTML, CSS, текст, картинки, видео и т. д.).

С точки зрения бизнеса – это страница, которая подталкивает пользователя совершить требуемое действие (покупка, заказ, переход на другую страницу сайта).

С точки зрения пользователя – это страница, на которую он перешел по ссылке с другого сайта. С посадочной страницы начинается знакомство посетителя с компанией и тем, что она предлагает. Как говорится, «нельзя два раза произвести первое впечатление»: от посадочной страницы зависит половина успеха.

Посадочные страницы можно разделить на два типа:

- внутренние страницы сайта;
- промо-страницы.

Посадочные страницы внутри сайта связаны с остальными страницами сайта, промо-страницы с прочими страницами не связаны, но более яркие и цепляющие. Если сравнивать с оффлайном, то сайт – это магазин или офис, а промо-страница – это активный промоутер. Как правило, промо-страницы посвящены определенной акции и нацелены только на одно целевое действие, чаще всего – получение контакта заинтересованного пользователя. В этом плане возможности сайта шире, поскольку можно разместить разные предложения с фокусом на разные группы целевой аудитории. На промо-странице фокус один. Часто именно промо-страницы называются landingpages (лендингами).

В настоящее время ориентир на требования потребителей, является необходимым и обязательным условием конкурентоспособности любой фирмы. Для того, чтобы поддерживать конкурентоспособность фирмы и бизнеса на оптимальном уровне следует использовать все имеющиеся инструменты цифрового маркетинга Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании для туристской организации.
2. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании для туристской организации.
3. Понятие поискового продвижения сайта в туристской и гостиничной индустрии
4. Понятие цифрового маркетинга.
5. Создание рекламной кампании в сети Интернет туристской организации

1. Учебная дисциплина. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ ПРОДУКТОВ

2. РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма /Тема 2.1. Современные технологии цифрового маркетинга в индустрии туризма - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

−сформировать знания о основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности с сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Социальные медиа (SMM-маркетинг): понятие, содержание, инструменты	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия
2	Маркетинг влияния (Influencer Marketing). Реклама в социальных сетях. Директ-маркетинг. E-mail-	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Коллаборационный CRM: веб-портал, система электронной почты, call-центр, система учета и планирования контактов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Управление взаимоотношениями с партнерами с использованием инновационных информационных и коммуникационных технологий. Организация работы интернет-маркетолога в туристской деятельности: сотрудники в штате, аутсосрсинг, фриланс.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Современные технологии цифрового маркетинга в индустрии туризма

Текст лекции.

Использование современных digital-каналов и SMM-технологий в продвижении туристских услуг (Гончарова О.В., Халеева С.А.) / Креативная экономика № 8 / 2020 — Издательство «Креативная экономика»

Очевидно, что интернет давно стал самым распространенным каналом как массовой, так и бизнес-коммуникации. Невозможно представить, чтобы современные компании могли обходиться без продвижения своих товаров и услуг только посредством методов традиционного маркетинга, игнорируя многочисленные площадки в Сети. Как отмечают Подзорова Г.А., Кириллова В.Е., Плешкова Н.А., Грязнова Н.Л., «практически каждая организация имеет потребность в квалифицированном интернет-маркетологе, который способен создавать эффективные рекламные акции, анализировать внутреннюю и внешнюю среду компании и оказывать содействие улучшению имиджа компании» (Podzorova, Kirillova, Pleshkova, Gryaznova, 2019). Современные производители и потребители живут в совершенно новых условиях – в эру цифрового маркетинга, соединяющего в себе разнообразные инструменты продвижения товаров и услуг, в том числе туристских, посредством многочисленных цифровых каналов. Именно это объясняет повышенное внимание исследователей к вопросам, связанным с изменениями привычных моделей маркетинговой коммуникации и ведения бизнеса, в том числе в сфере туризма и рекреации, и повсеместным

использованием современных digital-каналов и SMM-технологий в продвижении товаров и услуг.

Целью нашего исследования является системный анализ путей повышения эффективности продвижения туристских продуктов и услуг на основе использования SMM-технологий и современных digital-каналов, а также разработка комплекса рекомендаций для российских туроператоров по совершенствованию их деятельности. Выдвигаемая нами гипотеза: для того чтобы повысить эффективность на целевом рынке, туристское предприятие должно действовать в рамках таких инструментальных маркетинговых решений, как использование стратегий, позволяющих донести до потребителей ценность продукта или услуги посредством современных цифровых каналов и инструментов – поискового маркетинга, рубричной рекламы, вне рубричной дисплейной рекламы, спонсорских ссылок, email-маркетинга, скрытого (вирусного) маркетинга, аффилированного (партнерского) маркетинга, подкастинга, пользовательского контента, блогинга и SMM-маркетинга.

Научная новизна исследования заключается в том, что на основании аналитического обзора современных digital-каналов и SMM-технологий авторы представили комплекс маркетинговых инструментов, способствующих повышению эффективности продвижения туристских услуг.

Изучить современный рынок туристских услуг (включая закономерности его функционирования, действия потребителей, их предпочтения и мотивы, технологические и экономические тенденции и т.д.) с позиции использования digital-каналов и SMM-технологий возможно, на наш взгляд, лишь посредством применения комплексного подхода к исследованию данной проблемы – через научные методы аналогии, анализа и синтеза, методы наблюдения, статистической обработки информации, описания и обобщения.

Поиск ответов на интересующий нас вопрос эффективности использования цифрового маркетинга в продвижении туристских услуг становится возможен только при условии детального анализа фактов, отраженных в научных трудах отечественных и зарубежных ученых в таких областях, как проблемы эффективной бизнес-коммуникации в туристской сфере (Zharskaya, 2016; Klementev, 2014), цифровой маркетинг (Akulich, 2017; Aleksandrovskiy, Kazankova, 2015; Podzorova, Kirillova, Pleshkova, Gryaznova, 2019), интернет-технологии в туризме (Kurganskaya, Khofmann, 2018; Shakhovalov, 2007), маркетинговые коммуникации в сфере туризма и индустрии гостеприимства (Kolchugina, 2015; Kotler, Bouen, Meykenz, 2007; McCabe, 2009), использование PR-технологий и SMM-технологий в продвижении туристских дестинаций (Bukreeva, 2018; Gorbunov, Kolyadin, Burnyasheva, 2018).

Роль цифрового маркетинга в продвижении товаров и услуг в туризме

Существуют различные варианты определения термина digital marketing. Так, по мнению Акулич М.В., этот феномен необходимо трактовать как маркетинг товаров и услуг, нацеленный на продвижение брендов, увеличение продаж, привлечение и удержание клиентов через применение цифровых технологий (Akulich, 2017, p. 6). Александровский С.В. и Казанькова Н.В. считают, что данный вид маркетинга можно рассматривать как совокупность разнообразных инструментов продвижения товаров и услуг организации, при которых используются многочисленные цифровые каналы (Aleksandrovskiy, Kazankova, 2015). Но нельзя упускать из виду и тот факт, что распространение и доступность интернета не только изменили характер рекламы товаров и услуг, но и привели к изменениям в активности самих пользователей, что не может не влиять на способы, с помощью которых должны распространяться рекламные предложения. И это особенно актуально для сферы туризма и рекреации.

К сожалению, российский рынок туристских интернет-услуг пока еще отстает от западного. Так, С. Маккейб упоминает в своей книге «Marketing Communications in Tourism and Hospitality: Concepts, Strategies and Cases», что в Великобритании еще в 2007 году поисковые запросы о путешествиях и бронировании жилья были третьими по популярности у 71% взрослого населения (McCabe, 2009, p. 260). Проведенный им анализ покупательского поведения показал, что 51% взрослых британцев, совершивших покупку через интернет в 2006 году, приобретали именно туристские продукты, включая проезд и размещение. Причем данный вид интернет-покупок уступал по популярности только расходам на приобретение фильмов и музыки. С. Маккейб отмечает, что рынок интернет-рекламы в Великобритании продолжает расширяться быстрыми темпами. В 2007 году было отмечено увеличение расходов на 48%, к 2011 году объем рынка достигал уже 7,97 миллиардов, а в 2019 году – 14,73 миллиардов фунтов стерлингов, превысив показатели 2018 г. на 11,2 .

Что касается отечественного рынка, то, по данным Mediascope, в 2019 г. 32% жителей России самостоятельно бронировали отели через интернет [По сравнению с 2018 г. число сторонников онлайн-бронирования увеличилось на 3%. Что касается билетов на различные виды транспорта, то здесь уже 60% россиян в возрасте от 12 до 55 лет предпочли приобретать билеты он-лайн, что также на 3% превышает показатели 2018 г. Эти цифры подтверждаются и исследованиями компании PayPal и агентства Data Insight Сделанный ими анализ покупательских привычек россиян в отношении приобретения туристских услуг в интернете показал, что онлайн-сегмент российского рынка путешествий продолжает расти. И билеты, и проживание в гостиницах российские пользователи предпочитают заказывать онлайн. На вопрос о способе совершения последнего по времени заказа большинство респондентов ответили, что заказ был сделан в Сети. Россияне, покупающие туристские услуги в интернете, главными преимуществами заказа он-лайн называют лучшие цены (36%) и возможность самостоятельно планировать поездку (20%). Причем динамика роста количества сторонников онлайн-покупок очевидна. Как отмечает Б. Овчинников, в период с 2010 по 2016 год российский рынок eTravel вырос более чем в 10 раз – с 70 до 740 миллиардов рублей. Тем не менее в сфере онлайн-продаж продуктов туризма и гостиничных услуг все еще существует определенный разрыв между объемом онлайн-активности на рынке и объемом рекламных расходов отрасли.

Виды интернет-маркетинга в сфере туризма и рекреации

Любая организация, работающая в сфере туризма и рекреации, должна иметь собственный веб-сайт, который потенциальные клиенты могли бы изучать для поиска соответствующей информации о продуктах, услугах и специальных предложениях. Сайт является частью широкой интегрированной маркетинговой и коммуникационной стратегии организации по предоставлению и распространению направленной информации. Он все чаще становится площадкой для различного рода транзакций, и поэтому его функциональность должна предоставлять потенциально большие объемы трафика. Как считает С. Маккейб, интернет-реклама, размещенная на сайте компании, должна быть нацелена на предоставление информации, повышение осведомленности о бренде, формирование или изменение отношения к бренду; на стимулирование к совершению покупки или запросу дополнительной информации; на развитие лояльности клиентов и постоянное напоминание клиентам о компании и производимых ей товарах и услугах (McCabe, 2009). Анализ современных информационно-коммуникационных интернет-технологий, применяемых для продвижения туристских продуктов и услуг, и расходов на интернет-рекламу в Великобритании позволил ему выделить в качестве наиболее популярных у рекламодателей такие виды, как поисковый

маркетинг (search marketing), рубричная реклама (classified advertising), внерубричная дисплейная реклама (display advertising). Комментируя суть каждого из вышеуказанных феноменов, он поясняет, что рубричная онлайн-реклама в туризме отчасти напоминает печатные каталоги, так как обычно представлена в форме списков услуг с соответствующими поисковыми указателями, как, например, на сайте Hip Hotels или в театральных онлайн-кассах

Внерубричная дисплейная интернет-реклама – это короткие клипы с движущимися изображениями, либо называемые «баннеры», либо «небоскребы», в зависимости от их расположения на экране. Они могут принимать форму «прерывающей» рекламы или «всплывающих окон». Это рекламные объявления, которые автоматически открывают новое окно сайта рекламодателя при переходе по ссылке с хост-сайта. Всплывающие окна могут быть двух типов – открывающиеся на переднем фоне и находящиеся в верхней части просматриваемого веб-сайта (pop-overs) и открывающиеся и остающиеся на заднем фоне просматриваемого веб-сайта, пока окно не закроется (pop-unders). Эта форма рекламы подвергается жесткой критике со стороны потребителей, которые считают ее чрезмерно навязчивой. Многие потребители специально устанавливают программное обеспечение, блокирующее всплывающие окна, поэтому туристические организации должны тщательно продумать стратегии коммуникации и информационно-коммуникационные технологии общения с потенциальными потребителями в интернете.

Поисковый маркетинг – это общий термин для рекламы, которая размещается в поисковых системах интернета и начинает работать, как только пользователь входит в поисковую систему и выполняет запрос по ключевым словам. Результаты поиска предоставляют пользователю список спонсорских и неспонсорских ссылок. Спонсорские ссылки оплачиваются организациями поисковым системам в виде комиссии за их активность в «соблазнении» пользователей для перехода на их веб-сайты. Именно поэтому данный вид интернет-маркетинга также называют «маркетингом ключевых слов», поскольку организации активно «скупают» ключевые слова, чтобы когда пользователи вводили эти ключевые слова, в окнах результатов поиска появлялись ссылки на их веб-сайты. Здесь важно упомянуть еще один ключевой термин – «плата за клик» (pay per click / PPC), то есть плата поисковым системам от рекламодателей за каждый переход пользователя на их сайт. Это конкурентная среда, в которой множество соперничающих компаний и организаций могут спонсировать похожие ключевые слова для одной и той же поисковой системы. Рекламодатели делают ставку на размещение результатов поиска в платном листинге на условиях, наиболее актуальных именно для их бизнес-сектора. Это и называется поисковым маркетингом, или SEO (search engine optimization). Это процесс, который направлен на обеспечение того, чтобы веб-сайт организации был наиболее заметным. В некоторых случаях организация может оплатить так называемое платное включение, чтобы гарантировать, что ссылка на их веб-сайт обязательно появится в результатах поиска. Хотя это, конечно же, не может гарантировать порядок ранжирования, в котором появляются веб-сайты.

Email-маркетинг – еще один эффективный инструмент интернет-маркетинга в сфере туризма и рекреации. Он позволяет выстраивать прямую коммуникацию между туристической компанией и потенциальными и существующими клиентами. Результат такой коммуникации может выражаться как в увеличении лояльности клиентов к компании, так и в увеличении новых и повторных продаж. Пользователь или потенциальный клиент регистрируется на веб-сайте туристической фирмы или компании, и сайт просит его предоставить определенные контактные данные либо в момент покупки, либо для регистрации, чтобы получить доступ к содержимому веб-сайта. Запрашиваемая информация обычно включает демографические

данные и адрес электронной почты. Организация создает базу данных адресов электронной почты, которую затем использует для отправки писем прямого email-маркетинга. Организации также могут приобрести списки адресов электронной почты. В некоторых секторах есть переход на электронную почту для прямой рассылки, которая не является рекламой. Электронная почта все чаще используется для подтверждения бронирования отеля или отправки подробной информации о маршруте или для предоставления номера клиента в случае покупки электронных авиабилетов. С точки зрения интегрированных маркетинговых коммуникаций (IMC) важно, чтобы email-коммуникация с клиентами, а также email-реклама отражали ценность бренда и были интегрированы с другими формами коммуникации.

Еще одним видом современного интернет-маркетинга в туризме является скрытый, или вирусный маркетинг. Вирусный маркетинг базируется на идее пиринговой коммуникации и подразумевает, что люди (по электронной почте или в социальных сетях) будут передавать друг другу и делиться ярким и познавательным контентом, который отражает их личные ценности. Такой тип маркетингового контента часто имеет форму забавных видеоклипов или интерактивных флеш-игр, изображений или текстов. Вирусные кампании могут спонсироваться брендом, стремящимся повысить осведомленность о своем продукте или услуге. Многие организации сейчас используют вирусные методы наряду с основными маркетинговыми коммуникационными кампаниями.

Например, один из британских туроператоров – Thomson – в 2005 году спонсировал онлайн-опросник об отпуске «Holiday Questionnaire», в котором он оценивал ответы участников и по полученным результатам сравнивал их со знаменитостями. В этой кампании Thomson подражал другой британской туристической фирме – First Choice, которая создала онлайн-игру по мотивам одного из спонсируемых ей проектов – телевизионного реалити-шоу «I'm a Celebrity – Get Me Out of Here», в котором несколько знаменитостей живут вместе в джунглях в течение нескольких недель, соревнуясь, чтобы быть коронованным «королем» или «королевой» джунглей. Ключ к успеху в проведении вирусных маркетинговых кампаний – предлагать туристический продукт каким-нибудь забавным или шокирующим способом, тем самым стимулируя его продажи.

Аффилированный (партнерский) маркетинг в туризме можно определить как метод продвижения туристического продукта в сети веб-мастерами-партнерами, при этом партнер получает вознаграждение за каждого посетителя. Данный тип интернет-маркетинга отличается от других видов рекламы тем, что он опирается на работу ссылок между хост-сайтом, аффилированным лицом и организацией, размещающей рекламу. Аффилированным лицом может быть организация или физическое лицо, которое продвигает аналогичный контент, или дополняет деятельность партнера и, таким образом, занимается размещением рекламы (например, баннеров или ссылок) на сайте рекламодателя. Если человек посещает сайт партнера, а затем нажимает на рекламу или ссылку и переходит к выполнению указанного действия (обычно покупки) на сайте рекламодателя, то партнер получает комиссию.

Аренда сайта – современный инструмент интернет-маркетинга, который представляет собой «съем» рекламодателем или брендом части веб-сайта с последующей выплатой комиссионных его владельцу на любой доход, полученный от продаж в рамках арендованного интернет-пространства.

Подкастинг подразумевает производство аудио- или видео-контента (подкастов) в форме радио- или телерепортажей, доступных для загрузки с веб-сайта. Онлайн-подкасты быстро вошли в основной поток онлайн-коммуникаций. Как форма маркетинговых коммуникаций

они довольно часто используются в некоммерческих информационных сообщениях «добровольного» сектора. Например, в Великобритании Ассоциация семейного отдыха очень эффективно использует аудио- и видео-контент в интернете для сбора средств на организацию поездок для нуждающихся семей. Особой популярностью у британских создателей подкастов пользуется аудио-коммуникационный сервис Sounddelivery , позволяющий недорого создать довольно эффективный контент.

Другой ведущий британский поставщик туристских услуг, фирма Leger Holidays добавила в свою онлайн-брошюру, которая была разработана совместно с каналом History, видео-подкасты туров по местам знаменитых сражений. Чтобы максимально увеличить потенциальную аудиторию, видеоподкасты нередко публикуются на YouTube или на сайте Travelweekly

Подобный подход не только помогает продвигать турпродукт уже на том этапе, когда потребители предпринимают первые шаги в интернете при планировании отпуска, но представляет собой новый и интересный метод коммуникации с большим потенциалом для более полного охвата и связи с аудиторией. Более того, стремительное развитие современной техники, позволяющее создавать высококачественную потоковую трансляцию видео, означает, что в ближайшем будущем аудио- и видеомаркетинговые онлайн- коммуникации получат еще большее распространение.

Пользовательский контент и блогинг

Развитие онлайн-активности в сфере туризма и гостиничного бизнеса тесно связано с пользовательским контентом. Веб-журналы и блоги, содержащие отчеты пользователей о проделанных путешествиях, многочисленные сайты онлайн-обзоров, на которых публикуются рейтинги мнений о дестинациях и отелях, стали очень важным средством коммуникации. Можно говорить о существовании настоящего виртуального сообщества единомышленников. И для туристических организаций подобные виртуальные сообщества значительно расширили сферу маркетинга. Они влияют на продажи, развитие продуктов и услуг, формирование сети поставщиков, качество информации и каналов распространения и многое другое. Все это позволяет сделать вывод, что грамотное использование данного инструмента, обладающего большим потенциалом доверия потенциальных клиентов, может привести к снижению затрат на рекламное продвижение турпродуктов.

Блогинг – еще одно явление современной информационной среды, ставшее эффективным инструментом вирусного маркетинга. В целом блог – это онлайн-пространство, которое создается одним пользователем, а контент представлен в формате собственного мнения или дневника, описывающего события или ситуации, зачастую в хронологическом порядке. Блоги о путешествиях являются популярной и стремительно разрастающейся деятельностью и находятся в общей области пользовательского контента. Они могут быть весьма полезны для туроператоров, туристических агентств, поставщиков услуг размещения или онлайн-рекламы. Одним из наиболее известных можно считать основанный в 2002 году бесплатный онлайн-сервис TravelBlog.org, который позволяет пользователям создавать и обмениваться блогами, связанными с путешествиями. По данным 2007 г., TravelBlog.org помог более 50 000 участникам и разместил более 200 000 записей. А в 2013 г. TravelBlog.org объединял уже более 200 000 членов, разместив более 7 миллионов фотографий, более 60 000 карт и 700 000 записей в блогах. В 2020 г. посещаемость ресурса достигла более 520 тысяч в месяц.

Интернет-сообщества предоставляют платформу для генерируемого пользователями веб-контента на базе многочисленных форумов путешественников или специальных групп по

интересам. Неудивительно, что подобные сайты становятся все более популярными и среди бизнес-сообщества, и среди маркетологов. К таким сайтам, поощряющим размещение пользовательского контента и привлекающим внимание рекламодателей, относятся MySpace, YouTube, Wikipedia, Flickr и др.

Еще одним примером является сайт VirtualTourist.com , который с 2017 г. осуществляет свою деятельность через два дочерних сайта – SmarterTravel (экспертные советы и обзоры для туристических предложений и направлений) и TripAdvisor (отзывы туристов об отелях, ресторанах и достопримечательностях, рейтинг отелей, сравнение цен) . По данным 2006 г., в арсенале VirtualTourist.com было: 800 000 зарегистрированных членов более чем из 220 стран; 1,4 миллиона советов о путешествиях более чем по 25 000 мест; 2,6 миллиона фотографий; 2 млн готовых маршрутов; 85% ответов на заданные на форуме вопросы; еженедельные встречи участников сообщества VirtualTourist.com по всему миру; 5 миллионов пользователей в месяц; 30 миллионов просмотров страниц в месяц. По данным 2020 г., Tripadvisor ежемесячно помогает 463 миллионам путешественников, предлагая более 859 миллионов отзывов и комментариев о 8,6 миллионах вариантов жилья, ресторанов, развлечений, авиалиний и круизов. Безусловно, личные фото из поездок и комментарии пользователей в блогах за последние годы стали одним из самых популярных и влиятельных средств коммуникации, и нет сомнений в том, что, несмотря на субъективность и целый ряд проблем этического характера, для многих они стали гораздо более авторитетными и заслуживающими доверия источниками информации, чем официальные сообщения.

SMM-технологии в продвижении туристских дестинаций

Особой популярностью у современных рекламодателей пользуется маркетинг в социальных сетях, или SMM-маркетинг, представляющий собой комплекс мероприятий по продвижению продукта в социальных сетях. И.В. Букреева отмечает, что SMM-технологии являются «эффективным инструментом продвижения туристских дестинаций» и позволяют «оптимизировать информацию о тех или иных достопримечательностях». Она предлагает под этим термином объединять не только всевозможные социальные сети, но и блоги, форумы, сетевые сообщества и любые другие медиаресурсы, «предполагающие активную коммуникацию пользователей» (Bukreeva, 2018, p. 327). Возможности, предлагаемые современным SMM, такие, например, как фото- и видеоконтент, Wiki-разметки, gif, видеосток, бекстейдж, мнение экспертов, UGC, персонализированная коммуникация, постоянное общение и др., особенно полезны для продвижения турпродуктов и дестинаций. Важным преимуществом SMM-маркетинга является комплексная работа с аудиторией, направленная на создание и сохранение имиджа, успешные продажи, поддержку клиентов, сбор обратной связи от них и т.д. При этом максимально доступно большое количество инструментов, позволяющих охватить разные виды контента. В качестве площадок для применения SMM-маркетинга мы можем назвать такие социальные медиа, как социальные сети (Facebook, «Одноклассники», «ВКонтакте»), блоги (Blogger, LiveJournal), микроблоги (Twitter), форумы и сайты отзывов (Irecommend.ru, Otzyv.ru), фотохостинги (Picasa, Flickr), видеохостинги (YouTube) и другие.

Заключение

Использование ИКТ, SMM-технологий и современных digital-каналов позволяет повысить эффективность бизнес-коммуникаций в туризме. Доступность интернета изменила характер рекламы товаров и услуг, привела к изменениям в активности пользователей и повлияла на способы распространения рекламных предложений. Среди современных информационно-коммуникационных интернет-технологий, входящих в комплекс

маркетинговых инструментов, способствующих продвижению туристских услуг, наиболее эффективными являются: поисковый маркетинг; рубричная реклама; внерубричная дисплейная реклама; спонсорские ссылки; email-маркетинг; скрытый (вирусный) маркетинг; аффилированный (партнерский) маркетинг; подкастинг; пользовательский контент; блогинг и SMM-маркетинг. В целом, чтобы повысить эффективность на целевом рынке, туристские предприятия и компании должны активно использовать современные инструментальные маркетинговые решения и стратегии, позволяющие донести до потребителей ценность предлагаемых ими продуктов и услуг посредством современных цифровых каналов и инструментов SMM-маркетинга. Взаимодействие с аудиторией вопросы.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов в туристской и гостиничной индустрии.
2. Понятие информационной безопасности и защиты информации туристской организации.
3. Концептуальные нормативно-правовые акты в области защиты информации туристской организации.
4. Классификация угроз информационной безопасности туристской организации.
5. Базовые виды политики ИБ и их краткое описание туристской организации.
6. Ценность информации. Цена информации.

1. Учебная дисциплина. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ ПРОДУКТОВ

2. РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма / Тема 2.2. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга в индустрии туризма. - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знания о основные методы анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности сферы туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Составляющие информационной политики. Основные принципы, термины и определения раскрытия информации..	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Антикризисное реагирование в индустрии туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Инструментарий аналитики бизнеса в индустрии туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

4	Цифровой маркетинг: затраты и инвестиции. Эффективность интернет-платформы (сайта, лендинга).	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5	Контент-анализ.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
6	Оценка эффективности продвижения интернет-платформы в комплексе интернет-маркетинга.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга в индустрии туризма.

Текст лекции.

Особенности и преимущества продвижения туризма с использованием цифровых техонологий Как цифровые технологии влияют на развитие туризма?

Принятие решения о поездке в новую страну может быть довольно длительным процессом. Увидев кадры фильма, фотокарточку, прочитав книгу, услышав историю коллеги или друга, потенциальный турист вдохновляется и начинает мечтать о путешествии. Далее человек ищет больше информации, планирует, читает отзывы других туристов, получает консультацию – все это может происходить исключительно через интернет. Затем турист может совершить покупку тура онлайн, а после приезда в страну продолжит искать необходимую информацию в интернете, а также будет делиться фотографиями и впечатлениями в социальных сетях и оставит отзыв на туристских сайтах. Таким образом, турист проходит через все пять стадий путешествия: Вдохновение, Планирование, Бронирование, Путешествие (получение впечатлений), и стадия Пост-путешествия (публикация впечатлений).

Соответственно, цифровой маркетинг должен охватить все стадии путешествия: от вдохновения до покупки тура или бронирования отеля, далее до возвращения туриста домой и вдохновения на повторное посещение страны.

Цифровой маркетинг – это эффективный способ достичь внимание потребителя в том числе в силу того, что публикации в интернете в основном вовлекают пользователей и не выглядят как реклама.

Продвижение становится незаметным. Вместо явных рекламных публикаций, бренды выстраивают отношения с потенциальными клиентами, буквально влюбляя пользователей в бренд. Дарить эмоции и выстраивать отношения с потенциальными туристами очень удобно через социальные сети.

«В социальных сетях все друзья, те люди, с которыми пользователь общается и доверяет им, связаны друг с другом в одной сети. Когда пользователь публикует пост о том, что съездил отдохнуть, его публикации будут доверять больше, чем брендированному контенту. Если пользователь заинтересовался публикацией и оставил комментарий под ней, его друзья это увидят и информация распространится далее. Соответственно, при повышении вовлеченности, информация в сети распространяется еще быстрее», - отмечает главный менеджер Департамента PR и маркетинга НК «Kazakh Tourism» Маржан Траиспаева.

Кроме того, преимущество цифрового маркетинга в том, что целевая аудитория для рекламы выбирается по строго заданным критериям и имеется возможность достичь требуемые рынки по всему миру без больших затрат.

Аудитория

Выбор аудитории, которой показывается реклама или публикация по заданным критериям называется таргетинг. Критериями могут быть национальность, пол, возраст, интересы, страны, которые пользователь посещал ранее, страны, о которых пользователь искал информацию ранее, различные поведенческие особенности или события в жизни пользователя, и даже размер его доходов. Таким образом, зная портрет вашего туриста, можно очень точечно выбирать тех, кому будут показываться ваши ключевые сообщения, что намного сэкономит ваш маркетинговый бюджет.

«Это достигается за счет того, что крупные социальные сети и поисковики собирают данные о пользователях интернета – о возрасте, предпочтениях, интересах, о том, что предпочитают покупать в интернет-магазинах, какие темы просматривают и ищут. Стоит поискать информацию на какую-нибудь тему, в ленте новостей в социальных сетях, как по волшебству, может появиться соответствующая информация», - делится информацией М.Траиспаева.

Также особенностью цифрового маркетинга является то, что он подходит под любой бюджет. Цифровое продвижение может быть бесплатным, но эффект будет отличаться. Возможность бесплатного продвижения очень привлекательно для компаний в сфере туризма, которые в основном являются представителями малого и среднего бюджета.

Так как в цифровом продвижении «покупается» количество показов или кликов, чем больше бюджет, тем больше людей будет охвачено вашей публикацией. Креатив и вирусные публикации могут заменить эффект платного продвижения, а платное продвижение «в поддержку» креатива может намного повысить его эффект.

Инвестиции в рекламу через цифровые каналы растет с каждым годом. В данный момент треть всех затрат на продвижение в мире приходится на цифровое продвижение, ожидается рост на 10% в следующем году.

Теперь разберём основные инструменты в эру цифрового туризма и маркетинга.

Сайт

Естественно кроме красивого дизайна, качественного контента (текст, фото, видео, и пр.), удобства использования и интуитивно понятного размещения информации на нем, сайт должен быть оптимизирован под поисковые системы. Это означает, что нужно оптимизировать сайт так, чтобы потенциальные туристы, которые ищут необходимую им информацию в поисковых системах (например, Google, Yandex), могли бы найти соответствующие веб-страницы вашего сайта на первой странице результатов поиска. Другими словами, от самого удобного и качественного сайта мало пользы, если потенциальные туристы не могут найти его, используя ключевые слова при поиске нужной им информации.

Кроме того, можно платно продвигать сайт в поисковой системе, в этом случае за каждый клик на рекламный показ необходимо платить небольшую сумму, которая определяется по принципу аукциона, т.е. приоритет показа будет у того, кто готов платить за клик больше других.

Также компаниям в сфере туризма очень важно предоставлять возможность бронирования через сайт.

Социальные сети

Социальные сети необходимо использовать для того, чтобы разговаривать, обращаться к своим потребителям/потенциальным туристам и строить доверительные отношения с ними.

Фотографии и видео, захватывающие внимание пользователей, вдохновляют туристов на путешествие, с помощью социальных сетей можно консультировать их, выкладывать полезную информацию, необходимую для планирования поездки, а также стимулировать делиться впечатлениями в социальных сетях, таким образом увеличивая количество тех, кто распространяет информацию о ваших услугах среди своих друзей и подписчиков.

Туристическая компания, дом отдыха, отель кроме публикации информации о своих услугах могут рассказывать о местности и о впечатлениях, которые турист получит в этом месте. Для того, чтобы выстроить отношения и получить лояльность потенциальных клиентов, необходимо не просто публиковать информацию, а захватывать внимание впечатляющим и полезным контентом. Более того, так как социальные сети используют специальные алгоритмы показа публикаций, для того, чтобы они были видны большему количеству пользователей, публикации должны быть вовлекающими, т.е. должны собирать «лайки» и комментарии.

Кейс Trip Advisor

Пользователи при планировании поездки читают отзывы об отеле или туре, и выбирают лучшие туры и достопримечательности в городе/стране основываясь на отзывах других туристов. Поэтому крайне важно, чтобы как можно больше услуг компаний сферы туризма Казахстана присутствовали на таких сайтах.

Самый крупный в мире туристский сайт по отзывам в данный момент – это Trip Advisor, с долей охвата 18%. Trip Advisor обслуживает 415 млн уникальных посетителей ежемесячно, имеет более чем 70 млн зарегистрированных пользователей, которые оставили более 500 млн отзывов. TripAdvisor является ключевым ресурсом, которым пользуются туристы при планировании предстоящих путешествий и влияет на принятие решения туристом о выборе дестинации.

Регистрация компании на сайте бесплатная, необходимо лишь предоставить информацию о компании.

Для того, чтобы туристы говорили о компании на Trip Advisor и больше людей узнали о ней, необходимо побуждать и стимулировать своих гостей оставлять отзывы. Также очень важно отвечать на отзывы, особенно на негативные, и общаться с туристами через платформу.

Развитие стран с использованием цифровых технологий

Продвижение дестинации, т.е. не отдельных компаний, продуктов или услуг, а целой страны или региона в качестве туристского места имеет свои особенности. Самое основное в продвижении – создание хорошего впечатления о стране. На регулярной основе нужно распространять информацию, ключевое сообщение о преимуществах путешествия и отдыха в стране, о том, что именно эта страна имеет те особенности, которые пользователь желает увидеть, прожить и прочувствовать.

«Соответственно, главная задача для Казахстана в данный момент – создать позитивный образ Казахстана как туристской дестинации и повышать интерес потенциальных туристов к Казахстану. Таким образом будет создаваться и повышаться спрос на услуги туристских компаний и отелей в Казахстане. Поэтому необходимо регулярно распространять соответствующие ключевые сообщения целевой аудитории и постепенно повышать туристский имидж страны», - уверен Д. Иман.

Все популярные мировые туристские маршруты активно занимаются цифровым маркетингом своих направлений. Изучение стратегий продвижения мировых дестинаций, как Великобритания, Австралия, Исландия, Грузия, Франция и другие на ближайшие 2 года показывает, что эти страны делают упор на цифровое продвижение.

Статистика и примеры

Согласно информации, предоставленной представителями организаций по управлению и маркетингу дестинаций во время конференции OTM Digital Days 2018, Израиль тратит 25% рекламного бюджета на цифровое продвижение. Представительство национального офиса по продвижению Германии в России с текущего года решило направить 90% маркетингового бюджета на цифровое продвижение и объясняет это большей эффективностью продвижения в интернете.

В социальных сетях и сайтах все чаще можно увидеть публикации Visit Dubai, продвигаемые на платной основе. Это означает, что Дубай выбирает казахстанцев, как аудиторию для показа своей рекламы. Другие дестинации также продвигают свои публикации платно в социальных сетях, у каждой страны своя целевая аудитория.

Например, Исландия начала активно продвигаться в социальных сетях с маркетинговой кампании Inspired by Iceland, в рамках которой страна смогла создать виртуальное социальное движение. Согласно их исследованиям, 90% людей, посетивших Исландию, были готовы делиться своей историей. Люди со всего мира в рамках кампании начали выкладывать посты в социальных сетях как Facebook, Twitter и в видео-сервисе Vimeo. По некоторым данным, за неделю около 1,5 миллионов публикаций по данной кампании было размещено в социальных сетях. Каждый посетитель становился бренд амбассадором (послом бренда) страны, и даже президент Исландии принял участие в данной кампании. После такого успеха Исландия проводила еще несколько кампаний в социальных сетях, например, Iceland Academy, кампания, направленная на повышение осведомленности людей об ответственном туризме, а также Ask Gudmundur, которая повысила взаимодействие в социальных сетях, а также помогала туристам планировать путешествие или получить ответы на различные вопросы.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Поисковая оптимизация.
2. Понятие и сущность социальной сети в индустрии туризма.
3. Интеграция сайта с социальными сетями.
4. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет для туристской организации.
5. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
6. Составление прогноза бюджета мероприятий цифрового маркетинга.
7. Понятие эффективности мероприятий цифрового маркетинга.
8. Пост-клик анализ рекламной кампании.
9. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы туристской организации.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ ПРОДУКТОВ

2. РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.1. Введение в цифровой маркетинг. Характеристика Интернет как цифровой среды маркетинга

3. Цели занятия.

−сформировать знание о основных средствах и инструментах продвижения и продаж в Интернете, инструментов лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии;

−сформировать умения делать выбор среди современных инструментов интернет маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие концепции цифрового маркетинга	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Маркетинговая стратегия. Формирование цифровой маркетинговой стратегии	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Реализация концепции цифрового маркетинга.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Специфика мероприятий цифрового маркетинга в России.
2. Средства Интернет коммуникации.
3. PR-кампания в Интернете.
4. Интерактивный цифровой маркетинг: социальные сети и директмаркетинг.
5. Понятие контекстной рекламы.

1. Учебная дисциплина. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ ПРОДУКТОВ

2. РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.2. Сущность, характеристика и классификация интернет-ресурсов как инструментов цифрового маркетинга

3. Цели занятия.

−сформировать знание о основных средствах и инструментах продвижения и продаж в Интернете, инструментов лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии;

−сформировать умения делать выбор среди современных инструментов интернет маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Инструменты интернет-маркетинга	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Оптимизация под поисковые системы (SEO): содержание, специфика, аналитика, взаимодействие с другими инструментами цифрового маркетинга	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании для туристской организации.
2. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании для туристской организации.
3. Понятие поискового продвижения сайта в туристской и гостиничной индустрии
4. Понятие цифрового маркетинга.
5. Создание рекламной кампании в сети Интернет туристской организации

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: Реферат, устный опрос, доклады на круглом столе, работа в интернете.

Перечень тем рефератов к темам раздела 1:

1. Аналитика и фундамент бизнеса. Определяем инструментарий.
2. Предварительный этап: SWOT-анализ.

3. Исследование конкурентов в индустрии туризма.
4. Воронка продаж в туристской деятельности.
5. Исследование целевой аудитории туристской организации.
6. Сегментирование. Фильтры.
7. Составление портрета аудитории.
8. Расширенная модель маркетингового процесса.
9. Алгоритм по внедрению маркетинга.
10. Разработка стратегии цифрового маркетинга.
11. Терминология SEO.
12. Базовая информация по интернет-маркетингу и веб-технологиям.
13. Продвижение сайтов в комплексе интернет-маркетинга.
14. Основы устройства поисковых систем.
15. Факторы ранжирования сайтов.
16. Индексация поисковыми системами.
17. Типы сайтов в сфере туризма и гостеприимства. CMS для сайтов, зависимость SEO от типов и устройства сайтов.
18. Основы языка HTML.
19. Создание новых сайтов, оптимизация действующих сайтов в индустрии туризма.
20. Индексация содержимого сайта (контента) – файлы robots.txt и sitemap.xml.11. Аудит сайта – основные задачи, принципы и методы проведения, результаты.
21. Типы контента и его оптимизация. Метаинформация – теги, параметры, свойства.
22. Создание SEO-текстов, копирайтинг и рерайтинг.
23. Техническая оптимизация. Вёрстка, перелинковка. Директивы, редиректы, «зеркала».
24. Коммерческие, региональные и другие факторы. Дизайн, адаптивность

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует

рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Контрольная работа.

Примерный перечень заданий

Часть№1

Задание 1 Проанализируйте показатели медиа-планирования, применительно к потребительской аудитории Интернет.

Задание 2 Перечислите принципы работы контекстной рекламы и ее эффективности.

Задание 3 Укажите подходы, обеспечивающие больше кликов контекстной рекламы при имеющемся рекламном бюджете.

Задание 4 Проводите краткий обзор по результатам проведенной интернет-кампании.

Задание 5 Укажите популярными в России поисковыми системами.

Задание 6 Перечислите, кто выступает провайдерами контекстной рекламы.
Задание 7 Выберите самые популярные в России поисковые системы, опишите их преимущества.
Задание 8 Проводите краткий обзор по результатам проведенной интернет-кампании.
Задание 9 Разработайте этапы проведения пост клик-анализа.
Задание 10 Какой вид ценообразования используется на Интернет-аукционах? а) нейтральное ценообразование; б) «снятие сливок»;
в) ценовой прорыв; г) договорной.
Задание 11 Укажите основные преимущества контекстной рекламы, как основного инструмента продвижения. а) высокая стоимость контакта
с потенциальным клиентом; б) доступность; в) возможность ежемесячно
планировать бюджет; г) таргетинг.
Задание 12 Перечислите необходимые условия для запуска контекстной рекламной
кампании? а) определить запросы, по которым фирму будут видеть потенциальные читатели объявления; б) составить тексты рекламных объявлений; в) разработать дизайн web-страницы; г) сделать предоплату по счёту за рекламную кампанию.
Задание 13 Проанализируйте факторы экономической и социальной сферы в конкретном регионе России, определите возможности барьеров,
препятствующих установлению оптимальных контактов с потенциальной аудиторией покупателей. С учетом полученных данных предложите инструменты интернет-коммуникаций для выхода на рынок выбранного региона.
Задание 14 Объясните содержание термина конверсия в интернет-маркетинге

Часть №2

Задание 1 Определите объекты и субъекты маркетинговой деятельности на электронном рынке.
Задание 2 Раскройте понятие интернет-маркетинга (электронного маркетинга) на современном этапе.
Задание 3 Обоснуйте элементы комплекса электронного маркетинга.
Задание 4 Проанализируйте основные технологии, приемы и правила интернет-рекламы в настоящее время.
Задание 2 Разработайте предложения по совершенствованию методов оценки эффективности рекламной и PR-кампаний в Рунете с учетом интернет-технологий.
Задание 5 Представьте использование социальных сетей в процессе продвижения товаров и услуг.
Задание 6 Рекламной площадкой является: а) размещенное рекламное объявление; б) определенная зона на странице сайта; в) сайт рекламодателя; г) сайт или страница сайта, на котором размещена реклама.
Задание 7 Медийная реклама – это: а) обычный текст с гиперссылкой; б) видеоролик, содержащий гиперссылку; в) баннер в виде картинки или Flash, с сопутствующим текстом или ссылкой; г) тематическая реклама, являющаяся дополнительной информацией к содержанию страницы.
Задание 8 Полезность аналитического исследования рекламной кампаний в сети Интернет заключается в: а) уменьшении неопределенности руководителей или сотрудников при принятии решений; б) определении наиболее эффективной рекламной площадки; в) оценки медиа-показателей рекламных площадок; г) определении конверсии ключевых слов.

Задание 9 Оптимизируйте расходы медиаплана контекстной рекламы при выборе и реализации различных коммуникационных стратегий в целях разработки уникального торгового предложения (различными средствами рекламы в Рунете и социальных сетях).
Задание 10 Осуществите подготовку по содействию продажам и выбору оптимального канала интернет-коммуникации.
Задание 11 Общим показателем эффективности демонстрации рекламного сообщения является: а) индекс осведомленности; б) число уникальных показов; в) частота показа рекламы; г) число уникальных просмотров рекламы.
Задание 12 Под коммуникационным эффектом интернет-рекламы подразумевается: а) воздействие рекламы на охватываемое общество; б) увеличение спроса на продукцию владельцев сайтов; в) формирование у целевой аудитории необходимой для рекламодателя точки зрения; г) сведение издержек на рекламу к минимуму.
Задание 13 Ценовые стратегии в Интернете практически во многом повторяют традиционные ценовые стратегии. а) да; б) нет.
Задание 14 Проанализируйте PR-акцию на видеохостинге на российском рынке известного бренда с учетом знаний действующих федеральных законов и нормативных документов, необходимых для осуществления деятельности в сфере интернет-коммуникаций. Создайте пул предложений данному бренду по внедрению новых инструментов интернет-маркетинга для формирования положительного имиджа в рамках действующего законодательства.
Задание 15 Определите правильную последовательность представленных стадий взаимодействия пользователей с рекламной информацией: а) посещение веб-сайта; б) привлечение внимания; в) действие; г) демонстрация рекламного сообщения.

Содержание контрольной работы:

Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

Требования к контрольной работе:

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и сопровожденная бланками исследовательских документов, инструкциями по работе с ними, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ ПРОДУКТОВ

2. РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.1. Современные технологии цифрового маркетинга в индустрии туризма

3. Цели занятия.

−сформировать знания о основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности с сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Социальные медиа (SMM-маркетинг): понятие, содержание, инструменты	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Маркетинг влияния (Influencer Marketing). Реклама в социальных сетях. Директ-маркетинг. E-mail-	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Коллаборационный CRM: веб-портал, система электронной почты, call-центр, система учета и планирования контактов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Управление взаимоотношениями с партнерами с использованием инновационных информационных и коммуникационных технологий. Организация работы интернет-маркетолога в туристской деятельности: сотрудники в штате, аутсосрсинг, фриланс.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов в туристской и гостиничной индустрии.
2. Понятие информационной безопасности и защиты информации туристской организации.
3. Концептуальные нормативно-правовые акты в области защиты информации туристской организации.
4. Классификация угроз информационной безопасности туристской организации.
5. Базовые виды политики ИБ и их краткое описание туристской организации.
6. Ценность информации. Цена информации.

1. Учебная дисциплина. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ ПРОДУКТОВ

2. РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.2. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга в индустрии туризма.

3. Цели занятия.

−сформировать знания о основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности с сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Составляющие информационной политики. Основные принципы, термины и определения раскрытия информации..	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Антикризисное реагирование в индустрии туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Инструментарий аналитики бизнеса в индустрии туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Цифровой маркетинг: затраты и инвестиции. Эффективность интернет-платформы (сайта, лендинга).	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5	Контент-анализ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
6	Оценка эффективности продвижения интернет-платформы в комплексе интернет-маркетинга.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Поисковая оптимизация.
2. Понятие и сущность социальной сети в индустрии туризма.
3. Интеграция сайта с социальными сетями.
4. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет для туристской организации.
5. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
6. Составление прогноза бюджета мероприятий цифрового маркетинга.
7. Понятие эффективности мероприятий цифрового маркетинга.

8. Пост-клик анализ рекламной кампании.

9. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы туристской организации.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к темам раздела 2:

1. Глобальный уровень проникновения социальных сетей.
2. Тенденции развития социальных сетей в индустрии туризма.
3. Популярные ресурсы и рейтинги в туристской деятельности.
4. Обзор социальных сетей.
5. Аудитория социальных сетей России. Данные mediascope: YouTube, Vk.com, ТикТок, Facebook,
6. Instagram и др.
7. Организация SMM-работы в туристской деятельности: сотрудники в штате, аутсосрсинг,
8. фриланс.
9. SMM как инструмент внутрикорпоративного маркетинга.
10. Конкурентный анализ в социальных сетях.
11. Выбор пула социальных сетей для туристской организации.
12. Гайдбук и единая стилистика оформления.
13. Формирование контент-плана в социальных сетях.
14. Копирайтинг: тексты, кликабельные и кликбейтные заголовки.
15. Актуальные проблемы информационного информационно-коммуникационных разного уровня.
16. Производство и потребление информационных продуктов и услуг.
17. Развитие электронных СМИ в индустрии туризма.
18. Эффективное управление системой обеспечения информационной безопасности.
19. Раскрытие информации в соответствии с обязательными требованиями регуляторов.
20. Сотрудники, представляющие компанию при внешних коммуникациях в туристской деятельности.
21. Комментирование информации, раскрываемой компанией; комментирование слухов.
22. Раскрытие предварительной информации.
23. Сроки и порядок предоставление доступа к информации и документам о деятельности
24. организации акционерам и иным заинтересованным лицам.
25. Взаимодействие с инвесторами и акционерами. Взаимодействие со средствами массовой информации
26. (СМИ).
27. SMM-анализ: метрики и показатели эффективности.
28. Анализ эффективности продвижения в социальных сетях на основе различных метрик (KPI).
29. Ошибки продвижения.
30. Показатели эффективности smm-кампании: повышение узнаваемости бренда.

31. Показатели эффективности smm-кампании: вовлеченность потребителей в коммуникации

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – контрольная работа

Примерный перечень заданий

Задание 1 К дополнительной информации о респондентах, получаемой в ходе маркетинговых исследований в Интернете, относится: а) IP-адрес компьютера; б) тип провайдера; в) оба ответа верны; г) нет правильного ответа.

Задание 2 Автоматическая письменная фиксация данных и автоматическая обработка онлайн-анкет заключается в том, что: а) вся беседа между исследователем и респондентом фиксируется в письменном виде; б) полученная запись беседы сохраняется в виде текстового файла; в) полученная запись беседы используется при автоматической обработке и анализе данных; г) все ответы верны.

Задание 3 Количество посещений веб-страницы пользователями называется: а) CTR; б) хит; в) BTL; г) хост.

Задание 4 Выделите данные, которые включаются в отчет интернет-разведки: а) общее описание сайта конкурента; б) основные изменения в структуре сайта; в) изменение общего рекламного бюджета конкурента; г) мониторинг медийных рекламодателей конкурентов.

Задание 5 Все крупные автопроизводители имеют свои сайты (например, http://www.toyota.ru, http://www.nissan.ru, http://www.ford.ru). Посетите эти веб-сайты. В таблице сопоставьте и сравните, как каждый из производителей использует технологии маркетинговых коммуникаций в Интернете для предложения своей продукции на рынке. Сопоставление использования технологий маркетинговых коммуникаций в Интернете на сайтах автопроизводителей. Какой из сайтов, по вашему мнению, наиболее эффективен и удобен для потенциальных потребителей? Обоснуйте свой выбор.

№ п/п	Технология маркетинговых коммуникаций	Характеристики использования технологий маркетинговых коммуникаций на сайтах автопроизводителя		
		Toyota	Nissan	Ford
1.				
2.				
…				
N				

Задание 1 Интернет-панель — это: а) единовременно сформированная и обновляющаяся база данных потенциальных респондентов, заполнивших предварительный вопросник и

распределенных по группам (сегментам); б) постоянно формирующаяся и обновляющаяся база данных потенциальных респондентов, случайно отобранных и распределенных по группам (сегментам); в) постоянно формирующаяся и обновляющаяся база данных потенциальных респондентов, заполнивших предварительный вопросник, и распределенных по группам (сегментам); г) нет правильного ответа.

Задание 2 К основным типам маркетинговых исследований относятся: а) e-mail рассылка; б) онлайн фокус-группы; в) самозагружающийся опросник; г) размещение текстовых анкет в newgroups.

Задание 3 На этапе удержания клиентов наиболее эффективны инструменты интернет–маркетинга: а) контекстная реклама; б) медийная реклама; в) E-mail – маркетинг; г) SMM-маркетинг.

Задание 4 Выделите данные, которые включаются в отчёт интернет-разведки: а) общее описание сайта конкурента; б) основные изменения в структуре сайта; в) изменение общего рекламного бюджета конкурента; г) мониторинг медийных рекламодателей конкурентов.

Задание 5 К дополнительным данным от сайтов, используемым при оценке посещаемости рекламируемого сайта, можно отнести один из следующих: а) хост б) хит в) количество кликов г) рекламное сообщение

Задание 2 По какой формуле считается количество потерянных пользователей: а) CF = K / UK б) SF = V / UU в) GP = PI / V г) К(сайт 1) – Pl(с сайта 1) = Pt(с сайта 1)

Содержание контрольной работы:

Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

Требования к контрольной работе:

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и сопровожденная бланками исследовательских документов, инструкциями по работе с ними, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ	
Тема 1.1. Сущность и основы операционного менеджмента	Операционный менеджмент как область бизнеса. Цели, задачи, предмет операционного менеджмента. Объекты операционного менеджмента – производственные процессы и системы. Функции операционного менеджмента
Тема 1.2. Направления операционного менеджмента	направления операционного менеджмента управление объёмами производства, управление качеством производимой продукции и услуг, управление затратами.
РАЗДЕЛ 2. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ	
Тема 2.1. Методы анализа и моделирование операционных бизнес-процессов в туризме	методы анализа бизнес-процессов. Сущность и значение моделирования бизнес-процессов. Причины, по которым принимается решение по моделированию бизнес-

	процессов. Методика проведения моделирования бизнес-процессов. История развития методологий моделирования бизнес-процессов.
Тема 2.2. Оптимизация бизнес-процессов в туризме	схемы построения оптимизации бизнес-процессов: Метод параллельного выполнения работ. Метод устранения временных разрывов в бизнес-процессе. Метод разработки нескольких вариантов бизнес-процесса. Метод уменьшения количества входов и выходов бизнес-процесса. Метод согласования результатов бизнес-процесса с требованиями потребителей. Метод интеграции бизнес-процесса с клиентами и поставщиками. Устранение несоответствий в бизнес-процессе. Минимизация устной информации в бизнес-процессе. Стандартизация форм сбора и передачи информации в бизнес-процессе. Организация точек контроля в бизнес-процессе. Делегирование полномочий. Обратная связь с сотрудниками. Развитие персонала.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть

найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при

котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ

Тема 1.1. **Сущность и основы операционного менеджмента**

Вопросы для самоподготовки:

1. Операционный менеджмент как область бизнеса.
2. Цели, задачи, предмет операционного менеджмента.
3. Объекты операционного менеджмента – производственные процессы и системы.
4. Функции операционного менеджмента.
5. Направления операционного менеджмента управление объёмами производства, управление качеством производимой продукции и услуг, управление затратами.

Тема 1.2. Направления операционного менеджмента

Вопросы для самоподготовки:

6. Внутрифункциональные (процессы подразделений).
7. Сквозные процессы (межфункциональные процессы).
8. Модель финансового управления (взгляд на бизнес с точки зрения движения финансовых средств).
9. Маркетинговая модель (оценка влияния внешней среды на рассматриваемый бизнес).
10. Модель управления производством.
11. Модель управления логистикой (снабжение и сбыт).

РАЗДЕЛ 2. Повышение эффективности операционных процессов в туризме Тема 2.1. Методы анализа и моделирование операционных бизнес-процессов в туризме

Вопросы для самоподготовки:

12. Метод параллельного выполнения работ.
13. Метод устранения временных разрывов в бизнес-процессе.
14. Метод разработки нескольких вариантов бизнес-процесса.
15. Метод уменьшения количества входов и выходов бизнес-процесса.
16. Метод согласования результатов бизнес-процесса с требованиями потребителей.
17. Метод интеграции бизнес-процесса с клиентами и поставщиками.
18. Устранение несоответствий в бизнес-процессе.
19. Минимизация устной информации в бизнес-процессе.
20. Стандартизация форм сбора и передачи информации в бизнес-процессе.
21. Организация точек контроля в бизнес-процессе

Тема 2.2. Оптимизация бизнес-процессов в туризме

Вопросы для самоподготовки:

22. Сокращение производственного цикла
23. Повышение качества услуг
24. Классификации процессов организации

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ

Тема 1.1. Сущность и основы операционного менеджмента



Источник: https://savelev-sergey.ru/wp-content/uploads/2020/01/cifrovoj-marketing-800x365-1.jpg

Рисунок Операционный менеджмент



Рис. 7. **Организационные методы операционного менеджмента (концептуальная схема)**

Источник: https://cf.ppt-online.org/files/slide/e/efgdaXwMWu2nJILU76zjT5vpcPSts4ZyGFCrQH/slide-9.jpg

Тема 1.2. Направления операционного менеджмента



Источник: https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/max_1200/bcfb0a100095949.5f018de7abbc2.jpg

Рисунок Причины изучения операционного менеджмента

РАЗДЕЛ 2. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ

Тема 2.1. Методы анализа и моделирование операционных бизнес-процессов в туризме

Источник: http://rrbusiness.ru/media/uploads/2017/04/19/screenshot_10.jpg

Схема Перспективы развития виртуального информационного пространства в туристской индустрии

Тема 2.2. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга в индустрии туризма



Источник: https://pandia.ru/text/82/153/images/img15_6.png

Схема Методы управленческого анализа



Источник: https://pitportal.ru/wp-content/uploads/2018/10/pInc5fZKQAw.jpg

Рисунок Методы операционного менеджмента

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить

информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после

названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. Операционный менеджмент в туризме

2. РАЗДЕЛ 1. Концептуальные основы операционного менеджмента в туризме /Тема 1.1. Сущность и основы операционного менеджмента

- Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

−сформировать знание о основных средствах и инструментах продвижения и продаж в Интернете, инструментов лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии;

−сформировать умения делать выбор среди современных инструментов интернет маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие операционного менеджмента	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Инструменты операционного менеджмента	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Объекты операционного менеджмента – производственные процессы и системы. Функции операционного менеджмента	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Понятие операционный менеджмент возникло в последнее десятилетие XX века с появлением информации о товарах на текстовых сайтах. Operations management дословно переводится как «управление операциями». Есть много трактовок этого термина. Если их обобщить, можно дать следующее определение.

Операционный менеджмент — деятельность компании, направленная на то, чтобы сделать процессы производства продуктов и услуг максимально эффективными: получить лучший результат за меньшие деньги.

Из определения следуют две особенности операционного менеджмента.

Операционный менеджмент сосредоточен только на основной деятельности. Его процессы фокусируются на том, чтобы планировать и контролировать ресурсы компании, которые нужны для её главных бизнес-процессов.

Операционный менеджмент всегда стремится повысить эффективность процесса. Менеджер не просто управляет ресурсами для того, чтобы получить продукт или услугу. Он постоянно работает над тем, чтобы делать это максимально эффективно: повышать качество, почти не увеличивая затраты, или снижать затраты, не теряя в качестве.

Несмотря на то что операционный менеджмент сосредоточен на основных операциях компании, это не значит, что он не затрагивает её вспомогательные функции. Каждому операционному менеджеру важно понимать, как основные и вспомогательные процессы влияют друг на друга.

Допустим, основная деятельность компании — производство строительного оборудования. Одна из вспомогательных функций — снабжение и логистика. В этом случае объёмы производимого продукта напрямую зависят от того, как поставляют сырьё, как его отгружают, как настроены складские процессы. Операционный менеджер в своей работе должен косвенно затрагивать и эту сферу.

То же самое и с финансовым учётом. Сложно представить управление операциями, если специалисты не понимают, как производство продуктов и услуг влияет на финансовые показатели компании.

В современных компаниях не всегда очевидно, какую деятельность отнести к основной, а какую — к вспомогательной. Рассмотрим, например, деятельность Netflix. Сложно сказать, какое из направлений деятельности основное: это медиакомпания, которая создаёт контент, или IT-компания, которая создаёт софт для его потребления.

Принципы, о которых мы будем говорить ниже, помогут увеличить эффективность любого вида деятельности компании.

Какие задачи решает управление операциями

Как мы определили выше, главная цель операционного менеджмента — сделать основные процессы компании эффективнее. Чтобы достичь этого, нужно выполнять такие задачи:

- Увеличивать отдачу от имеющихся ресурсов компании. Организовывать процессы так, чтобы все ресурсы — материалы, оборудование, время, трудовой ресурс — компания расходовала рационально.
- Уменьшать расходы, но сохранять текущий уровень дохода. Искать в процессах слабые точки, где возникают дополнительные траты, и устранять их.
- Повышать качество продукции и услуг — оптимизировать процессы производства. Например, внедрять новые технологии, которые увеличивают качество продукта при сохранении прежних издержек.
- Вовремя вносить изменения. Постоянно контролировать, как работают основные процессы компании, что на них влияет. Анализировать, что можно улучшить, и оперативно корректировать. Важно делать это «по мере поступления», до появления тревожных сигналов. Такой подход поможет компании оставаться конкурентоспособной.
- Работать со вспомогательными бизнес-процессами — уменьшать их негативное влияние на основные процессы. Например, оптимизировать доставку грузов, уменьшать время обработки заказов, оформления платёжных документов, расчёта зарплат.

Все перечисленные задачи операционного менеджмента можно разделить по трём направлениям: управление затратами, управление качеством и управлением объёмами производства продуктов и услуг. Подробнее о них говорим ниже.

Основные направления операционного менеджмента

Система операционного менеджмента включает три основных направления:

- Производство — какие продукты и услуги производит компания и с какой скоростью.
- Затраты — сколько ресурсов компания тратит на их производство.
- Качество — насколько свойства производимых продуктов и услуг соответствуют запросам клиентов.

Представляет собой торговлю в цифровом пространстве информацией о товарах и услугах производителя, программными продуктами, описанием систем зарабатывания денег. Существенные изменения и сегментирование в рынок интернет-рекламы внесли Google, Yahoo, MSN, разработавшие систему услуг по узкой рекламе для небольших фирм и компаний, связывающих малые предприятия и крупный бизнес, что вызвало снижение расходов, рост рентабельности инвестиций. Любой предприниматель, имеющий идею, товар либо услугу, получил посредством этого типа маркетинга доступ к максимально широкой аудитории. На сегодняшний день интернет-маркетинг рассматривается как цифровая стратегия бизнес-сферы прямого отклика для создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям. Данный тип маркетинговых услуг обеспечивает постоянный контакт с потребителями в секторах B2B, B2C, регулярный статистический мониторинг на основе мгновенно получаемых сведений о потребностях покупателей, объемах продаж, прецизионный анализ, о котором свидетельствует активное использование понятий ROI (коэффициент окупаемости инвестиций), conversion rate (коэффициент эффективного посещения) Важной функцией цифрового маркетинга является предоставление покупателю сведений о товарах, услугах и условиях их приобретения. Отсутствие такого рода сведений станет поводом для покупки товара или услуги у конкурента. К преимуществам цифрового маркетинга относят экономию денежных вложений на продавцах, способах привлечения внимания потребителей к продукции, расширение функциональных границ компаний с локального уровня до международного. Цифровой выход на рынок не очень дорог, позволяет быстро оценить эффективность мероприятий маркетингового характера.

Интерес к интернет-маркетингу проявляют и представители бизнес-сообщества, и обычные граждане, стремящиеся заработать на продвижении личных блогов или веб-сайтов. Согласно данным из открытых источников, в последние годы более 5% от общих затрат на рекламу в США и странах Европы составляют вложения в цифровой маркетинг.

Цели, задачи цифрового маркетинга и способы их достижения Основополагающей целью цифрового маркетинга является содействие росту прибыли компании за счет привлечения большого количества клиентов, обеспечения эффективности продаж, сокращения маркетинговых расходов, повышения рентабельности рекламы. Задачи: – создание эффекта эмерджентности для увеличения продаж; – минимизация затрат на рекламу, направленную на привлечение клиентов; – обеспечение максимальной осведомленности потенциальных покупателей о товарах и услугах; – систематическая работа с сайтами организаций для привлечения на них целевой аудитории: регулярный мониторинг трафика, информации о технических возможностях посетителей, результативности осуществляемой деятельности; – оптимизация лояльности к продукции компании со стороны постоянных клиентов; – своевременные рекламно-информационные мероприятия, уведомляющие ЦА о новых

продуктах на рынке; – профессиональный выбор путей распространения информации для различных видов целевой аудитории; Практически каждый день появляются новые сайты, приложения и сервисы, закладывающие новые стратегии развития интернет-маркетинга. Для продвижения бренда многие компании применяют мобильный трафик, давая возможность потребителям совершать быстрые покупки посредством приложений для смартфонов. Удобным способом поддержания связи с клиентами являются страницы в социальных сетях, инстаграм, микроблоги, например, твиттер, соцмедиа, различные приложения. Активно развивается торговля в условиях одновременного применения оффлайн (физических) и онлайн (цифровых) каналов взаимодействия, когда путь потенциального покупателя виден от его ПК до условного «прилавка» продавца. К преимуществам продвижения продукта посредством мобильных ресурсов можно отнести невысокую стоимость, выделение нескольких целевых аудиторий, возможность применения практически в любой бизнес-сфере, высокую эффективность за счет привлечения к выбранному ресурсу неограниченного числа пользователей. В спектр информационных услуг, предоставляемых социальными сетями и мобильными приложениями входят – кнопка «купить», позволяющая приобрести товар мгновенно, за один клик, без длительного перехода по ссылке; внедрена, например, в приложениях твиттер и инстаграм; – инновационный аналог невыразительного текста – функция визуализации, видео-контент на ютьюбе и в фейсбуке; – специализированный контент для изучения отзывов покупателей, разработанный в связи с появлением нового места успешной рекламы – страниц популярных блогеров в инстаграм. Примечательным явлением в развитии рекламного бизнеса становится искусственный интеллект, обучающий навыкам моделирования абстракций высокого уровня. Делаются первые шаги в применении ИИ в маркетинговых мероприятиях: масштабный анализ Big Data, самостоятельное создание неповторимого в своем роде контента, поисковая выдача, мониторинг запросов потенциальных клиентов, распознавание на фотографиях намеченных объектов.

Маркетинговая стратегия. Маркетинговая стратегия — это главный документ, на основе которого компании планируют продвижение и продажи товаров и услуг. Без маркетинговой стратегии на тестирование не связанных между собой гипотез для разных каналов продвижения уйдёт много ресурсов. Будет трудно найти причины текущих показателей, масштабировать хорошие результаты, а плохие — не повторять. Суть маркетинговой стратегии в том, что она систематизирует и помогает оценить ресурсы компании, чтобы перераспределить их на более эффективные каналы. Каналами продвижения могут быть наружная реклама, партнёрства с блогерами, реклама в социальных сетях, на радио, телевидении, в поисковых сетях.

Формирование цифровой маркетинговой стратегии**.** Реализация концепции цифрового маркетинга.

Как создать стратегию цифрового маркетинга: Пять примеров стратегии цифрового маркетинга | Blog Wrike

Вам нравится то, что вы сейчас прочитали? Ну а теперь вам предстоит решить задачу по созданию собственной стратегии цифрового маркетинга. Она может показаться вам невероятно сложной, но это не совсем так.

Давайте начнем с малого и выделим пять простых шагов, которые помогут вам выбрать правильное направление. Считайте это базовой структурой для вашей будущей стратегии.

1. Изучите аудиторию

Прежде чем разработать комплекс маркетинговых мероприятий, вы должны понять, к кому вы обращаетесь. Поэтому вашим первым шагом должно стать изучение аудитории.

Для этого есть много способов, но некоторые из наиболее популярных и эффективных включают в себя:

Аналитику (на вашем веб-сайте, платформе email-маркетинга и в социальных сетях)

Опросы и формы обратной связи

Обсуждения с сотрудниками отделов продаж и поддержки клиентов

Одни лишь эти три способа дадут вам ценную информацию о том, кто ваши клиенты, какие цели они преследуют, с какими проблемами сталкиваются, и как им может помочь ваша компания.

Вооружившись этой информацией, вы сможете создавать различные профили покупателей, чтобы всегда помнить, к кому именно вы обращаетесь, и соответствующим образом таргетировать свои сообщения.

2. Поставьте цели

Ваша общая стратегия цифрового маркетинга должна быть связана с какой-то крупной целью — с чем-то более конкретным и вдохновляющим, чем «прорекламировать компанию» или «расширить аудиторию».

Один из лучших способов постановки маркетинговых целей — использование методики SMART. Эта аббревиатура означает, что поставленная цель должна быть:

Specific — конкретной

Measurable — измеримой

Attainable — достижимой

Relevant — сопоставимой

Time-bound — ограниченной по времени

Проработав каждую букву, вы сможете поставить цели, которые действительно помогут вам двигаться в правильном направлении. Например, цель цифрового маркетинга по методике SMART может выглядеть примерно так:

Увеличить наш список почтовой рассылки на 2000 подписчиков за I квартал, чтобы получить достаточную аудиторию для продвижения наших вебинаров.

Если хотите применить альтернативный метод, можете воспользоваться методикой OKR («цели и ключевые результаты»), чтобы добиться максимальных результатов вашей маркетинговой деятельности.

3. Оцените прошлую работу

Разработка стратегии — довольно сложная задача, и вам может показаться, будто вы каждый раз делаете все с нуля, но это не совсем так. Вы и до этого занимались маркетингом (даже если эта деятельность была не слишком масштабной), а это значит, что какой-то опыт у вас уже есть.

Проанализируйте свои прошлые действия, чтобы понять, в каких случаях вы достигали нужных результатов, а в каких — нет. Это поможет вам понять, где нужно приложить больше усилий.

Кроме того, вы получите неплохую возможность собирать контент и различные материалы — от иллюстраций в социальных сетях до важной информации — которые можно будет использовать повторно, чтобы не выполнять лишней работы. Например, цитату из прошлой статьи в блоге можно использовать в качестве иллюстративного материала в Instagram.

4. Тщательно продумайте все основные моменты

Каким бы высоким ни был полет вашей творческой фантазии, всегда находятся множество непреодолимых обстоятельств, с которыми нужно считаться. Разработка стратегии не имеет никакого отношения к мечтам. Скорее это попытка понять, чего вы можете добиться с имеющимися ограничениями.

И вот тут уже нужно задуматься. В Digital Marketing Institute используется формулировка «выявление ваших ресурсов», которая означает, что вам нужно рассмотреть следующие факторы:

Ваш бюджет. Сколько вы можете потратить на цифровой маркетинг?

Ваш персонал. Кто несет ответственность за результат? Придется ли отдавать часть задач или обязанностей субподрядчикам?

Ваши каналы. Какие каналы маркетинга вы будете использовать, и какая цель связана с каждым каналом?

Эти основные элементы нужно выяснить заранее, чтобы вы смогли разработать стратегию, которая окажется успешной при любых ограничениях.

5. Составьте план

Когда у вас в наличии имеются все базовые элементы — ваша аудитория, ваши цели и ваши ресурсы, пора объединить их в единый шаблон стратегии цифрового маркетинга.

Начните с простого календаря (составленного в электронной таблице или прямо в Wrike), где будут собраны все эти элементы. Например, можно спланировать отдельную почтовую рассылку в календаре, а затем начать добавлять к ней другие фрагменты.

Будьте готовы к тому, что ваши первоначальные замыслы со временем воплотятся во что-то совершенно неожиданное, но иногда нужно просто начать двигаться вперед, чтобы найти для себя наилучший из возможных путей. Как в любом процессе, вы будете действовать методом проб и ошибок!

Пять примеров стратегии цифрового маркетинга, которые вас вдохновят

Вы знаете, какие первые шаги вам нужно предпринять, чтобы начать работу, но чувствуете себя неуверенно? Иногда все, что вам нужно, это немного вдохновения.

Ниже приводятся примеры известных брендов, которые сосредоточили свои маркетинговые усилия на трех различных направлениях: контент-маркетинге, маркетинге в социальных сетях и email-маркетинге.

Какое направление цифрового маркетинга приносит наилучшие результаты? Эти бренды доказали, что однозначного ответа на этот вопрос не существует. Все зависит от того, как вы реализуете свои планы.

1. Пример контент-маркетинга: Buffer

Если речь идет о контент-маркетинге, трудно не вспомнить самый популярный планировщик постов в социальных сетях — Buffer. Компанию, которая создала этот сервис, часто приводят в пример как образец «правильного» использования контент-маркетинга.

В самом начале руководители компании полагались в первую очередь на гостевые публикации. Созданный ими контент размещался на множестве различных сайтов, потому что они хотели сделать его узнаваемым. Один из соучредителей Buffer утверждает, что эта стратегия позволила им привлечь первые 100 тысяч клиентов.

Тем не менее, они были недовольны тем, что пренебрегали собственным сайтом. Но в последующие годы компания завоевала авторитет в индустрии благодаря публикациям высококачественного контента в своих блогах.

Вы заметили, что в предыдущем абзаце упоминаются «блоги», а не «блог»? Все верно — у них было два разных блога, адресованных разной аудитории:

Блог Buffer: все о социальных сетях, маркетинге, а также о возможностях и обновлениях Buffer.

Открытый блог: все об удаленной работе, корпоративной культуре и развитии компании.

5 Digital Marketing Strategy Examples 2

(Источник: Блог Buffer)

И хотя контент-маркетинг обычно ориентирован на создание электронных книг и публикаций в блогах, компания Buffer доказала, что маркетинговая стратегия не ограничивается печатным словом. Они запустили подкаст под названием «Наука социальных сетей», где делятся идеями и ценной информацией о социальных сетях.

2. Пример контент-маркетинга: Airbnb

И снова мы видим, что не нужно ставить знак равенства между контент-маркетингом и старыми добрыми публикациями в блогах. Это доказала компания Airbnb.

Лучшим примером стали их путеводители по окрестностям, которые оказались очень полезными для путешественников, ищущих временное жилье в определенной местности.

5 Digital Marketing Strategy Examples 3

(Источник: Airbnb Neighborhood Guide)

С помощью этих путеводителей пользователи могут находить достопримечательности, развлечения, рестораны и другие местные объекты. Сотрудники компании Airbnb активно применяют пользовательский контент, включая обзоры, рекомендации и советы, в результате которых создается реалистичное представление о данной местности.

Конечно, цель Airbnb состоит в том, чтобы люди ездили в отпуска и снимали предлагаемое компанией жилье. Поэтому, благодаря таким путеводителям, пользователи узнают о лучших предложениях Airbnb и останавливаются в этих домах и квартирах. Это прекрасный пример рекламного контента, приносящего реальную пользу.

Кроме этого, сотрудники Airbnb предоставляют пользователям информацию и ресурсы, чтобы те сами создавали высококачественный контент, который впоследствии будет использован при формировании списков недвижимости, публикуемых на сайте компании.

«Например, когда домовладелец выкладывает свою информацию на сайте Airbnb, мы даем советы о том, как лучше описать дом, сообщаем о ценах на аналогичную недвижимость в его районе и предлагаем идеи услуг, которые хотели бы получить гости», — объясняет Марисса Филлипс, директор по контенту в компании Airbnb.

3. Пример маркетинга в социальных сетях: Glossier

Можно назвать множество факторов, которые внесли свой вклад в неоспоримый успех бренда декоративной косметики Glossier. И немалую роль в этом успехе сыграли публикации в социальных сетях.

Руководители компании с самого начала отдали приоритет рекламе в социальных сетях (в первую очередь в Instagram), и им даже удалось привлечь 13 тысяч подписчиков в Instagram, прежде чем был выпущен первый продукт.

Но как? Частично этот впечатляющий успех объяснялся тем, что сотрудники компании очень хорошо понимали свою аудиторию и сумели создать публикации, находящие отклик у читательниц.

«У современной женщины есть ровно пять минут, чтобы накраситься и выбежать из дома. Таков мир, в котором она живет, но при этом ей все равно хочется хорошо выглядеть и прилагать для этого минимум усилий», — сказала основательница Glossier Эмили Вайс в интервью для Entrepreneur.

Это тот образ, который они отражают в своих публикациях. Изображения не выглядят излишне стилизованными или безупречными и обычно показывают нам живых людей в реалистичной обстановке (с детьми, животными, в салоне самолета и т. д.).

5 Digital Marketing Strategy Examples 4

(Источник: Glossier Instagram)

В то время как другие бренды пытаются охватить тысячи людей для продвижения своей продукции, Glossier использует другой подход, полагаясь на своих преданных клиенток и поклонниц.

В ходе одного из запусков нового продукта, руководству компании пришла идея подарить образцы продукта пятистам самым преданным поклонницам, которые постоянно покупали их продукцию или активно взаимодействовали с брендом в Интернете. Эти девушки разрекламировали продукт на собственных страницах в соцсетях. А что в итоге? Очень оригинальная кампания в социальных сетях, оказавшаяся невероятно успешной.

4. Пример email-маркетинга: BuzzFeed

Сотрудники компании BuzzFeed так успешно занимаются цифровым маркетингом, что создается впечатление, будто они завоевали весь Интернет. Но из всех направлений их маркетинговой деятельности особенно выделяется email-маркетинг.

Сейчас, когда наши почтовые ящики завалены письмами, email-marketing становится настоящей проблемой. Как сделать так, чтобы люди открывали и читали ваши электронные послания, а не удаляли их не глядя (или, того хуже, чтобы не отписывались от рассылки)?

Сотрудники BuzzFeed доказывают своим примером, что самое важное — это персонализация. Они знают: чтобы пользователи открывали входящие письма, в них должен содержаться контент, который эти пользователи хотели бы получить. Но при этом рассылать таргетированный контент очень сложно, если вы обращаетесь ко всей аудитории целиком.

Поэтому специалисты BuzzFeed сегментировали свою рассылку вплоть до учета очень специфичных интересов (например, вы можете подписаться, чтобы получать раз в день одну фотографию с симпатичной собакой).

5 Digital Marketing Strategy Examples 5

(Источник: новостные рассылки Buzzfeed)

У них есть десятки различных рассылок, на которые можно подписаться, и при этом подписчики всегда знают, что им можно ждать от рассылаемого контента и насколько часто они будут получать новые сообщения. Кроме того, пользователям предлагаются различные челленджи, на которые можно подписаться, чтобы делать маленькие шаги к достижению своей цели.

А что в итоге? Высококачественный таргетированный контент, которого ждут пользователи.

5. Пример email-маркетинга: Adobe

Сегментация — это очень мощный инструмент. Но если у вас нет такой огромной аудитории, как у BuzzFeed, идея создать множество различных рассылок может показаться самоубийственной.

Хорошо, что это не единственный способ рассылать персонализированный контент по электронной почте или узнавать информацию о подписчиках. Прекрасный образец такой стратегии использует компания Adobe. Несмотря на то, что у них тоже огромная аудитория, они применяют несколько иной подход к персонализации.

Взгляните на приведенный ниже пример электронного сообщения, где два призыва к действию расположены рядом друг с другом. Это позволяет подписчикам выбрать, условно

говоря, собственное приключение, а также помогает специалистам компании Adobe больше узнать об интересах конкретного клиента.

5 Digital Marketing Strategy Examples 6

(Источник: Электронное сообщение от Adobe, отправленное с помощью сервиса CoSchedule)

Кроме того, Adobe предлагает новостную рассылку Adobe & You, в которую включен еще более персонализированный контент для подписчиков, в том числе новости из мира цифрового маркетинга, советы по работе с Adobe и сведения о местных мероприятиях и курсах обучения.

Создайте собственную стратегию цифрового маркетинга и привлекайте аудиторию

В наши дни цифровой маркетинг стал насущной необходимостью для компаний, которые стремятся создать узнаваемый бренд и привлекать аудиторию. Но это не отменяет того факта, что формирование собственной стратегии может оказаться очень сложной задачей.

Но вы можете разбить эту задачу на простые шаги:

Изучите аудиторию.

Поставьте цели.

Оцените прошлую работу.

Тщательно продумайте все основные элементы стратегии цифрового маркетинга.

Составьте план.

Сделайте это, вдохновляясь приведенными примерами, и ваши усилия в сфере цифрового маркетинга начнут приносить более существенные результаты.

Внедрив надежную стратегию цифрового маркетинга, можете приступать к реализации ваших планов. Wrike помогает тысячам маркетинговых команд воплощать свои идеи в жизнь и добиваться поставленных целей. Хотите знать, как Wrike может помочь вашим маркетологам?

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Специфика операционного менеджмента
2. Инструменты операционного менеджмента
3. PR-кампания в Интернете.
4. Интерактивный цифровой маркетинг: социальные сети и директ-маркетинг.
5. Понятие контекстной рекламы.

1. Учебная дисциплина. Операционный менеджмент в туризме

2. РАЗДЕЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ / Тема 1.2. **Направления операционного менеджмента** Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

−сформировать знание о основных средствах и инструментах продвижения и продаж в Интернете, инструментов лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии;

−сформировать умения делать выбор среди современных инструментов интернет маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

1.1.	Инструменты операционного менеджмента	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Направления операционного менеджмета	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Направления конкурируют между собой. Например, компании будет тяжело одновременно увеличивать и ассортимент продукции, и объёмы производства. Это усложнит все технологические цепочки — придётся масштабно перестраивать производственные процессы.

Другой пример — конкуренция качества продукции и затрат на её производство. Сложно представить, чтобы компания производила продукт максимального качества, не вкладывая в это почти ничего.

Миссия операционного менеджмента состоит в том, чтобы найти баланс этих направлений, который был бы приемлем для компании. Управлять объёмами производства, качеством производимой продукции и затратами так, чтобы достичь операционной эффективности.

Операционный менеджмент (operation management) – это управление процессом деятельности на предприятии. Но такое определение слишком расплывчато, чтобы понять суть подобного явления и, что более важно, — для понимания его эффективности.

Хотя обозначенный комплекс процедур был введен в эксплуатацию уже весьма давно, более 100 лет назад, его применение в нашей стране в полном объеме – скорее дело случая. Хотя это отличный вариант для компаний, которые стремятся к инновационной структуре упорядочивания и оптимизации своего бизнеса. На самом деле ничего «прорывного» в этом нет. Механизм применяется уже долгие годы и зарекомендовал себя в качестве надежной и продуктивной системы. Более подробно мы поговорим об этом в обзоре.

С зарождением такого явления плотно связывают два имени – Фредерик Тейлор и Анри Файоль. Первый – гражданин Соединенных Штатов, второй – Франции. Ученые-экономисты разработали самые базовые концепции в условиях общей отрасли управления бизнесом. Это был лишь небольшой раздел, включающий в себя фундаментальное понятие о внедрении оптимизации в любое предприятия. Лишь только при взаимосвязанности всех этапов деятельности можно достигнуть положительной динамики.

А уже в 1913 году эти параметры впервые были опробованы в прикладных задачах. А именно в конвейерном производстве на заводах Форд. И к 70-ым годам теория окончательно обрела свою текущую форму. Появился расширенный инструментарий, который решал множество прикладных задач, а также общие функции для внутренних и внешних процедур.

Операционные решения в менеджменте

Изначально в условиях базовой концепции смысл процедур заключался исключительно в оптимизации какого-то одного явления во внутреннем бизнесе. Например, увеличение эффективности производственного процесса. Но в будущем функции расширились, как уже уточнялось. И в итоге главным аспектом стало непрерывное совершенствование. Казалось бы, раз система на производстве и так работает, зачем производить какой-то реинжиниринг, зачем что-то изобретать? Но фактически, если не отчислять определенный процент прибыли с оборота в прямой капитал для постоянного улучшения технических параметров производства, то с течением времени происходит стагнация.

Это коснулось не только техники, но и всех остальных аспектов. Система потребления ресурсов, доставки, распределения, коммуникации различных сотрудников, принятия и оприходования товара и так далее. Все моменты можно сделать чуть лучше, быстрее или дешевле. В итоге такая динамика постоянного прогрессирования способна выводить предприятие вперед во время конкурентной борьбы. Ведь операция в менеджменте – это абсолютно любая процедура, которая так или иначе влияет на конечную маржу. Для уточнения ситуации: даже если на производственной открытой площадке слишком скользко после дождя – это потенциально может стать причиной снижения прибыли. Допустим, каждый десятый сотрудник поскальзывается, а сотый — получает травму, что на день выводит его из рабочего процесса. А раз в год на площадке из-за этого переворачивается тележка с продукцией, которая призвана перевозить товар от объекта на склад. Разумеется, с виду это обычные издержки, зачем в принципе их анализировать? Но если есть закономерность, то легко понять, какие убытки она несет. Допустим, это $2000 в год. Сколько будет стоить посыпание площадки песком в неблагоприятный сезон? Опять же, условно – $1000. В итоге, оптимизировав этот момент, мы выиграем $1000 чистой прибыли.

Второй важнейший фундамент – это взаимоотношения между различными направлениями, а также участниками рабочего процессе. Да, в процедуре может одновременно принимать участие не одно предприятие, а сразу несколько. То есть, как вариант, поставщик, логистическая компания, покупатель. В итоге, сформировав единую систему менеджмента, мы сможем улучшить работу для всех сторон сделки одновременно. Если они добросовестно будут принимать и использовать параметры.

Сюда относятся такие действия как моделирование, анализ полученной информации на основе дедуктивного метода, а также построение индуктивных прогнозов.

Основные цели, задачи операционного менеджмента: что это

Список обширный, однако, мы укомплектуем массу схожих моментов в совместные группы. И так у нас получится:

Получение дополнительной прибыли, увеличение добавленной стоимости.

Более качественная продукция и/или улучшение свойств оказываемых услуг. Собственно, очевидно, что с повышением уровня качества, спрос на продукцию также вырастет. Корреляция не прямая, однако, весьма четкая. Поэтому этот аспект также будет влиять и на возрастание маржи.

Разработка системы, которая будет являться общей для всех классовых внутренних процессов. Единые процедуры для всех действий для бизнеса.

Уменьшение расхода, издержек при сохранении текущего уровня дохода, а также прибыли. Соответственно, поиск слабых точек, утечек, на каких позициях возникают дополнительные траты, каким образом их можно избежать.

Решение основных вопросов издержек на логистику. Обычно эта отрасль бизнеса легче всего поддается процессу усовершенствования, потому что сильно зависима от логических изысканий. Больше, чем от технологии или исполнителя. Всегда есть возможность оптимизации.

Работа со сквозными бизнес-процессами. Они наиболее уязвимы. Ведь при прохождении между отраслями, именно на моменте стыка чаще всего возникают сложности. И структура операционного менеджмента позволяет их минимизировать.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Операционный менеджмент как область бизнеса.
2. Цели, задачи, предмет операционного менеджмента.
3. Объекты операционного менеджмента – производственные процессы и системы.
4. Функции операционного менеджмента
5. Направления операционного менеджмента: управление объёмами производства, управление качеством производимой продукции и услуг, управление затратами.
6. Сокращение производственного цикла
7. Повышение качества услуг

1. Учебная дисциплина. Операционный менеджмент в туризме

2. РАЗДЕЛ 2. **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ** /Тема 2.1. **Методы анализа и моделирование операционных бизнес-процессов в туризме**

3. Цели занятия.

−сформировать знания о основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности с сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*методы анализа бизнес-процессов. Сущность и значение моделирования бизнес-процессов.*	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	*Причины, по которым принимается решение по моделированию бизнес-процессов.*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	*Методика проведения моделирования бизнес-процессов. История развития методологий моделирования бизнес-процессов.*	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Текст лекции.

Моделирование бизнес-процесса - процесс отражения субъективного видения потока работ в виде формальной модели, состоящей из взаимосвязанных операций.

Целью моделирования является систематизация знаний о компании и ее бизнес-процессах в наглядной графической форме более удобной для аналитической обработки полученной информации.

В настоящее время на рынке компьютерных технологий представлены несколько специальных программ, позволяющих обследовать предприятие и построить модель. Выбор методологии и инструментов, с помощью которых проводится моделирование бизнес-процессов, основополагающего значения не имеет. Существуют стандартизированные, опробованные временем методологии и инструментальные средства, с помощью которых можно обследовать предприятие и построить его модель. Ключевое их преимущество - простота и доступность к овладению.

Основу многих современных методологий моделирования бизнес-

процессов составила методология SADT. В настоящее время наиболее широко используемая методология описания бизнес-процессов – стандарт США IDEF.

Главное достоинство идеи анализа бизнес-процессов предприятия посредством создания его модели - ее универсальность. Во-первых,

моделирование бизнес-процессов это ответ практически на все вопросы,

касающиеся совершенствования деятельности предприятия и повышения его конкурентоспособности. Во-вторых, руководитель или руководство предприятия, внедрившие у себя конкретную методологию, будет иметь информацию, которая позволит самостоятельно совершенствовать свое предприятие и прогнозировать его будущее.

Моделирование бизнес-процессов позволяет проанализировать не только, как работает предприятие в целом, как оно взаимодействует с внешними организациями, заказчиками и поставщиками, но и как организована деятельность на каждом отдельно взятом рабочем месте.

Существует несколько подходов к определению понятия

«моделирование бизнес-процессов»:

1)моделирование бизнес-процессов - это описание бизнес-

процессов предприятия позволяющее руководителю знать, как работают рядовые сотрудники, а рядовым сотрудникам - как работают их коллеги и на какой конечный результат направлена вся их деятельность [3];

2)моделирование бизнес-процессов - это эффективное средство поиска возможностей улучшения деятельности предприятия;

3)моделирование бизнес-процессов - это средство позволяющее предвидеть и минимизировать риски, возникающие на различных этапах реорганизации деятельности предприятия;

4)моделирование бизнес-процессов - это метод, позволяющий дать оценку текущей деятельности предприятия по отношению к требованиям,

предъявляемым к его функционированию, управлению, эффективности,

конечным результатам деятельности и степени удовлетворенности клиента

[3];

5)моделирование бизнес-процессов - это метод, позволяющий дать стоимостную оценку каждому процессу, взятому в отдельности, и всем бизнес-процессам на предприятии, взятым в совокупности;

6)моделирование бизнес-процессов - это всегда верный способ выявления текущих проблем на предприятии и предвидения будущих.

Современные предприятия вынуждены постоянно заниматься улучшением своей деятельности. Это требует разработки новых технологий и приемов ведения бизнеса, повышения качества конечных результатов

деятельности и, конечно, внедрения новых, более эффективных методов управления и организации деятельности предприятий.

Бизнес-процесс – это логичный, последовательный, взаимосвязанный набор мероприятий, который потребляет ресурсы производителя, создает ценность и выдает результат потребителю. Среди основных причин,

побуждающих организацию оптимизировать бизнес-процессы, можно выделить необходимость снижения затрат или длительности производственного цикла, требования, предъявляемые потребителями и государством, внедрение программ управления качеством, слияние компаний, внутриорганизационные противоречия и др. [2].

Моделирование бизнес-процессов – это эффективное средство поиска путей оптимизации деятельности компании, средство прогнозирования и минимизации рисков, возникающих на различных этапах реорганизации предприятия. Этот метод позволяет дать стоимостную оценку каждому отдельному процессу и всем бизнес-процессам организации в совокупности.

Моделирование бизнес-процессов затрагивает многие аспекты

деятельности компании:

✓изменение организационной структуры;

✓оптимизацию функций подразделений и сотрудников;

✓перераспределение прав и обязанностей руководителей;

✓изменение внутренних нормативных документов и технологии проведения операций;

✓новые требования к автоматизации выполняемых процессов и т.

д.

Целью моделирования является систематизация знаний о компании и ее бизнес-процессах в наглядной графической форме более удобной для аналитической обработки полученной информации. Модель должна отражать структуру бизнес-процессов организации, детали их выполнения и последовательность документооборота.

Моделирование бизнес-процессов организации включает два этапа структурное и детальное.

Структурное моделирование бизнес-процессов организации может выполняться в нотации IDEF0 с использованием инструментария BPwin или на языке UML с использованием инструментария Rational Rose. Детальное моделирование выполняется на языке UML.

На этапе структурного моделирования в модели должны быть отражены:

1)существующая организационная структура;

2)документы и иные сущности, используемые при исполнении моделируемых бизнес-процессов и необходимые для моделирования документооборота, с описаниями их основного смысла;

3)структуру бизнес-процессов, отражающую их иерархию от более общих групп к частным бизнес-процессам;

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. методы анализа бизнес-процессов.
2. Сущность и значение моделирования бизнес-процессов.
3. Причины, по которым принимается решение по моделированию бизнес-процессов.
4. Методика проведения моделирования бизнес-процессов. История развития методологий моделирования бизнес-процессов.

1. Учебная дисциплина. Операционный менеджмент в туризме

2. РАЗДЕЛ 2. **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ** / Тема 2.2. **Оптимизация бизнес-процессов в туризме** - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знания о основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности с сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	схемы построения оптимизации бизнес-процессов: Метод параллельного выполнения работ. Метод устранения временных разрывов в бизнес-процессе. Метод разработки нескольких вариантов бизнес-процесса. Метод уменьшения количества входов и выходов бизнес-процесса.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Метод согласования результатов бизнес-процесса с требованиями потребителей. Метод интеграции бизнес-процесса с клиентами и поставщиками. Устранение несоответствий в бизнес-процессе. Минимизация устной информации в бизнес-процессе. Стандартизация форм сбора и передачи информации в бизнес-процессе. Организация точек контроля в бизнес-процессе. Делегирование полномочий. Обратная связь с сотрудниками. Развитие персонала.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Текст лекции.

Сфера туризма сегодня — это самостоятельная отрасль экономики, в которой постоянно происходят бизнес-процессы, имеющие своеобразную структуру и обладающие рядом особенностей. В общем понимании процесс рассматривается как способ осуществления какой-либо деятельности. Под бизнес-процессом можно понимать комплекс оптимальных, утвержденных и взаимообусловленных действий, потребляющих ресурсы, генерирующих ценность и предоставляющих индикаторы. Международный стандарт ISO 9000: 2000

содержит термин «процесс», однако, сегодня их рассматривают как синонимы [3]. Ю. Ф. Тельнов дает следующее определение бизнес-процессу: «это иерархия внутренних и зависимых между собой функциональных действий, конечной целью которых является выпуск продукции или отдельных её компонентов» [8]. В. Г. Елиферов, В. В. Репин считают, что бизнес-процесс — это «устойчивая, целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя» [7]. По мнению И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, «бизнес-процесс — это системно замкнутый процесс. структурированная последовательность действий по выполнению определённого вида деятельности на всех этапах жизненного цикла продукта от создания концептуальной идеи через проектирование до реализации и результата» [4]. Д. Д. Гуреева определяет бизнес-процесс как комплекс взаимообусловленных видов деятельности, которые имеют конкретные цели и поддерживают функционирование организации, реализуя ее политику [2]. Представленные определения позволили сформулировать следующее определение понятию «бизнес-процесс», применительно к предприятиям индустрии туризма. Бизнес-процесс — это целенаправленная иерархически обусловленная цепочка взаимообусловленных операций, имеющих начало, определённое количество стадий деловой активности, а также результат деятельности. Следует отметить, что бизнес-процесс от иных процессов отличает его бизнес-направленность.

Туристическая компания, дом отдыха, отель кроме публикации информации о своих услугах могут рассказывать о местности и о впечатлениях, которые турист получит в этом месте. Для того, чтобы выстроить отношения и получить лояльность потенциальных клиентов, необходимо не просто публиковать информацию, а захватывать внимание впечатляющим и полезным контентом. Более того, так как социальные сети используют специальные алгоритмы показа публикаций, для того, чтобы они были видны большему количеству пользователей, публикации должны быть вовлекающими, т.е. должны собирать «лайки» и комментарии.

Статистика и примеры

Согласно информации, предоставленной представителями организаций по управлению и маркетингу дестинаций во время конференции OTM Digital Days 2018, Израиль тратит 25% рекламного бюджета на цифровое продвижение. Представительство национального офиса по продвижению Германии в России с текущего года решило направить 90% маркетингового бюджета на цифровое продвижение и объясняет это большей эффективностью продвижения в интернете.

В социальных сетях и сайтах все чаще можно увидеть публикации Visit Dubai, продвигаемые на платной основе. Это означает, что Дубай выбирает казахстанцев, как аудиторию для показа своей рекламы. Другие дестинации также продвигают свои публикации платно в социальных сетях, у каждой страны своя целевая аудитория.

Для бизнес-процесса индустрии туризма характерна следующая черта — он действителен лишь во время организации и реализации туристских услуг, результатом которых является увеличение стоимости. В связи с этим, Л. Н. Нюренбергер и др. выделяют следующие основные характеристики бизнес-процесса сферы туризма [5]: – создание конкретной ценности для потребителя туристских услуг; – формирование внешнего результата; – создание системы преобразования ресурсов с целью получения поставленного результата. Традиционно выделяют три группы бизнес-процессов: основные,

вспомогательные и бизнес-процессы управления. В современных компаниях существует еще одна группа процессов, обеспечивающих привлечение клиентов. В сфере туризма можно выделить следующие группы процессов: основные, вспомогательные (обеспечивающие), процессы управления и процессы развития. Управленческие бизнес-процессы характеризуются большой степенью администрирования и проявляются в процессе управления предприятием, обеспечивая заданный уровень результативности. Бизнес-процессы управления включают в себя такие стандартные функции управления предприятием как планирование, организация, учет, контроль, регулирование. Характерная особенность управленческих бизнес-процессов определяется спецификой объекта управления. Так, бизнес-процессы развития компании имеют целью получение прибыли и иных экономических выгод в перспективе. Они содержат, как правило, проекты, осуществление которых имеет единичный характер [10]. Бизнес-процесс можно рассматривать с технической и экономической стороны. В первом случае они основаны на принципах стандартизации и автоматизации; во втором — с позиции менеджмента [1]. С точки зрения экономической направленности, Л. Б. Нюренбергер в соавторстве с другими исследователями [5], бизнес-процессы подразделяют по направленности на внутреннюю среду (повышение эффективности администрирования) и направленность на внешнюю среду (адаптация к условиям внешнего окружения). В соответствии с данным разделением, авторы выделяют следующие типы бизнес-процессов: – стратегические бизнес-процессы, которые предполагают взаимодействие с внешней средой; – внутренние, основное назначение которых — создание и использование ресурсной базы, элементов и способов управления внутри компании; – технические, основанные на автоматизации процессных операций и использовании регламентов организации и выполнении бизнес-процесса, в основе которых лежат принципы стандартизации [5]. Для обеспечения эффективной реализации бизнес-процесса, необходимо обеспечение его управления. Управление бизнес-процессами предполагает использование особых средств и методов, оказывающих прямое влияние на обеспечение эффективного осуществления всей совокупности действий, формирующих бизнес-процесс, и извлечение наибольшей степени экономической выгоды [6]. Для наиболее эффективного управления бизнес — процессами целесообразно использование современных информационно-коммуникационных технологий. По мнению Р. Р. Тимиргалеевой, одним из оптимальных методов управления бизнес-процессами для сферы туризма является метод SADT, разработанный Д. Россом. Преимущество данного метода Р. Р. Тимиргалеева видит в том, что его можно применять для всех компаний, независимо от их организационной структуры; он гарантирует организацию отдельных операций и представляет собой сочетание показателей, которые позволяют описывать функциональную модель бизнес-процесса — основные его операции во взаимодействии. В итоге перед нами предстаёт модель, состоящая из диаграмм, отдельных блоков и текстовых пояснений [9]. Для объединения различных методов моделирования бизнес-процессов целесообразно применение метода ARIS. Отличительной чертой данного метода является то, что он определяет принципы моделирования практически всех аспектов деятельности субъекта туризма, при этом каждый аспект деятельности (процесс) рассматривается отдельно, а топом создается целостная модель, в которой можно увидеть связи между всеми бизнес-процессами, которые реализуются в системе управления [6]. Оба рассмотренных метода управления отличаются наглядным представлением полученной информации, состоящей из диаграмм и блоков, описывающих изучаемые объекты. Более того, с помощью системы ARIS можно проанализировать отдельные процессы. Т. А. Пантелеева к таким атрибутам относит «функции, действия, отдельные

организационные единицы, документы, прикладные системы, кластер информации, связи и логичные операторы» [6]. Таким образом, метод ARIS предоставляет возможность формирования бизнес-модели субъекта туризма с взаимосвязанными блоками, которые при обычном описании кажутся несовместимыми [9]. Таким образом, на современном этапе развития общества для управления бизнес — процессами в сфере туристических услуг следует использовать информационно-коммуникационные технологии, поскольку они способны существенно ускорять бизнес-процессы, что повышает и обеспечивает эффективность функционирования данной сферы.

Сеть бизнес-процессов – это совокупность связанных между собой бизнес-процессов, включающих в себя все основные операции (функции), которые выполняются в подразделении данной организации. [5] Построив сеть бизнес-процессов организации, можно оценить модель ее деятельности в целом и понять, правильно ли были выделены бизнес-процессы. Исходя из логики построения сети, можно также проверить, насколько корректно были описаны окружения бизнес-процессов, а именно — входные и выходные данные и ресурсы.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Поисковая оптимизация.
2. Понятие и сущность социальной сети в индустрии туризма.
3. Интеграция сайта с социальными сетями.
4. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет для туристской организации.
5. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
6. Составление прогноза бюджета мероприятий цифрового маркетинга.
7. Понятие эффективности мероприятий цифрового маркетинга.
8. Пост-клик анализ рекламной кампании.
9. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы туристской организации.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина.
2. РАЗДЕЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1. Сущность и основы операционного менеджмента

3. Цели занятия.

−сформировать знание о сущности и основах операционного менеджмента

−сформировать умения выявлять объекты операционного менеджмента и работать с ними

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Операционный менеджмент как область бизнеса.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Цели, задачи, предмет операционного менеджмента.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Объекты операционного менеджмента – производственные процессы и системы. Функции операционного менеджмента	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Специфика мероприятий цифрового маркетинга в России.
2. Средства Интернет коммуникации.
3. PR-кампания в Интернете.
4. Интерактивный цифровой маркетинг: социальные сети и директмаркетинг.
5. Понятие контекстной рекламы.

1. Учебная дисциплина. Операционный менеджмент в туризме

2. РАЗДЕЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.2. Сущность, характеристика и классификация интернет-ресурсов как инструментов цифрового маркетинга

3. Цели занятия.

−сформировать знание о основных средствах и инструментах продвижения и продаж в Интернете, инструментов лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии;

−сформировать умения делать выбор среди современных инструментов интернет маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики;

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Инструменты интернет-маркетинга	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Оптимизация под поисковые системы (SEO): содержание, специфика, аналитика, взаимодействие с другими инструментами цифрового маркетинга	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

6. Повышение качества услуг
7. Классификации процессов организации
8. Внутрифункциональные (процессы подразделений).
9. Сквозные процессы (межфункциональные процессы).
10. Модель финансового управления (взгляд на бизнес с точки зрения движения финансовых средств).
11. Маркетинговая модель (оценка влияния внешней среды на рассматриваемый бизнес).
12. Модель управления производством.
13. Модель управления логистикой (снабжение и сбыт).

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: Реферат, устный опрос, доклады на круглом столе, работа в интернете.

Перечень тем рефератов к темам раздела 1:

14. Операционный менеджмент как область бизнеса.
15. Цели, задачи, предмет операционного менеджмента.
16. Объекты операционного менеджмента – производственные процессы и системы.
17. Функции операционного менеджмента
18. Направления операционного менеджмента: управление объёмами производства, управление качеством производимой продукции и услуг, управление затратами.
19. Сокращение производственного цикла
20. Повышение качества услуг
21. Классификации процессов организации
22. Внутрифункциональные (процессы подразделений).
23. Сквозные процессы (межфункциональные процессы).
24. Модель финансового управления (взгляд на бизнес с точки зрения движения финансовых средств).
25. Маркетинговая модель (оценка влияния внешней среды на рассматриваемый бизнес).
26. Модель управления производством.
27. Модель управления логистикой (снабжение и сбыт).

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Контрольная работа.

Примерный перечень заданий

Часть№1

Задание 1 Проанализируйте показатели медиа-планирования, применительно к потребительской аудитории Интернет.

Задание 2 Перечислите принципы работы контекстной рекламы и ее эффективности.

Задание 3 Укажите подходы, обеспечивающие больше кликов контекстной рекламы при имеющемся рекламном бюджете.

Задание 4 Проводите краткий обзор по результатам проведенной интернет-кампании.

Задание 5 Укажите популярными в России поисковыми системами.

Задание 6 Перечислите, кто выступает провайдерами контекстной рекламы.

Задание 7 Выберите самые популярные в России поисковые системы, опишите их преимущества.

Задание 8 Проводите краткий обзор по результатам проведенной интернет-кампании.

Задание 9 Разработайте этапы проведения пост клик-анализа.

Задание 10 Какой вид ценообразования используется на Интернет-аукционах? а) нейтральное ценообразование; б) «снятие сливок»;

в) ценовой прорыв; г) договорной.

Задание 11 Укажите основные преимущества контекстной рекламы, как основного инструмента продвижения. а) высокая стоимость контакта

с потенциальным клиентом; б) доступность; в) возможность ежемесячно планировать бюджет; г) таргетинг.

Задание 12 Перечислите необходимые условия для запуска контекстной рекламной кампании? а) определить запросы, по которым фирму будут видеть потенциальные читатели объявления; б) составить тексты рекламных объявлений; в) разработать дизайн web-страницы; г) сделать предоплату по счёту за рекламную кампанию.

Задание 13 Проанализируйте факторы экономической и социальной сферы в конкретном регионе России, определите возможности барьеров, препятствующих установлению оптимальных контактов с потенциальной аудиторией покупателей. С учетом полученных данных предложите инструменты интернет-коммуникаций для выхода на рынок выбранного региона.

Задание 14 Объясните содержание термина конверсия в интернет-маркетинге

Часть №2

Задание 1 Определите объекты и субъекты маркетинговой деятельности на электронном рынке.

Задание 2 Раскройте понятие интернет-маркетинга (электронного маркетинга) на современном этапе.

Задание 3 Обоснуйте элементы комплекса электронного маркетинга.

Задание 4 Проанализируйте основные технологии, приемы и правила интернет-рекламы в настоящее время.

Задание 2 Разработайте предложения по совершенствованию методов оценки эффективности рекламной и PR-кампаний в Рунете с учетом интернет-технологий.

Задание 5 Представьте использование социальных сетей в процессе продвижения товаров и услуг.

Задание 6 Рекламной площадкой является: а) размещенное рекламное объявление; б) определенная зона на странице сайта; в) сайт рекламодателя; г) сайт или страница сайта, на котором размещена реклама.

Задание 7 Медийная реклама – это: а) обычный текст с гиперссылкой; б) видеоролик, содержащий гиперссылку; в) баннер в виде картинки или Flash, с сопутствующим текстом или ссылкой; г) тематическая реклама, являющаяся дополнительной информацией к содержанию страницы.

Задание 8 Полезность аналитического исследования рекламной кампаний в сети Интернет заключается в: а) уменьшении неопределенности руководителей или сотрудников при принятии решений; б) определении наиболее эффективной рекламной площадки; в) оценки медиа-показателей рекламных площадок; г) определении конверсии ключевых слов.

Задание 9 Оптимизируйте расходы медиаплана контекстной рекламы при выборе и реализации различных коммуникационных стратегий в целях разработки уникального торгового предложения (различными средствами рекламы в Рунете и социальных сетях).

Задание 10 Осуществите подготовку по содействию продажам и выбору оптимального канала интернет-коммуникации.

Задание 11 Общим показателем эффективности демонстрации рекламного сообщения является: а) индекс осведомленности; б) число уникальных показов; в) частота показа рекламы; г) число уникальных просмотров рекламы.

Задание 12 Под коммуникационным эффектом интернет-рекламы подразумевается: а) воздействие рекламы на охватываемое общество; б) увеличение спроса на продукцию

владельцев сайтов; в) формирование у целевой аудитории необходимой для рекламодателя точки зрения; г) сведение издержек на рекламу к минимуму.
Задание 13 Ценовые стратегии в Интернете практически во многом повторяют традиционные ценовые стратегии. а) да; б) нет.
Задание 14 Проанализируйте PR-акцию на видеохостинге на российском рынке известного бренда с учетом знаний действующих федеральных законов и нормативных документов, необходимых для осуществления деятельности в сфере интернет-коммуникаций. Создайте пул предложений данному бренду по внедрению новых инструментов интернет-маркетинга для формирования положительного имиджа в рамках действующего законодательства.
Задание 15 Определите правильную последовательность представленных стадий взаимодействия пользователей с рекламной информацией: а) посещение веб-сайта; б) привлечение внимания; в) действие; г) демонстрация рекламного сообщения.

Содержание контрольной работы:

Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

Требования к контрольной работе:

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и сопровожденная бланками исследовательских документов, инструкциями по работе с ними, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. Операционный менеджмент в туризме

2. РАЗДЕЛ 2. **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.1. **Методы анализа и моделирование операционных бизнес-процессов в туризме**

3. Цели занятия.

−сформировать знания о основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности с сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	*методы анализа бизнес-процессов. Сущность и значение моделирования бизнес-процессов.*	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	*Причины, по которым принимается решение по моделированию бизнес-процессов.*	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	*Методика проведения моделирования бизнес-процессов. История развития методологий моделирования бизнес-процессов.*	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов в туристской и гостиничной индустрии.
2. Понятие информационной безопасности и защиты информации туристской организации.
3. Концептуальные нормативно-правовые акты в области защиты информации туристской организации.
4. Классификация угроз информационной безопасности туристской организации.
5. Базовые виды политики ИБ и их краткое описание туристской организации.
6. Ценность информации. Цена информации.

1. Учебная дисциплина. Операционный менеджмент в туризме

2. РАЗДЕЛ 2. **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОПЕРАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ**

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.2. **Оптимизация бизнес-процессов в туризме**

3. Цели занятия.

−сформировать знания о основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности с сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Составляющие информационной политики. Основные принципы, термины и определения раскрытия информации..	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Антикризисное реагирование в индустрии туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Инструментарий аналитики бизнеса в индустрии туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Цифровой маркетинг: затраты и инвестиции. Эффективность интернет-платформы (сайта, лендинга).	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5	Контент-анализ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
6	Оценка эффективности продвижения интернет-платформы в комплексе интернет-маркетинга.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Поисковая оптимизация.
2. Понятие и сущность социальной сети в индустрии туризма.
3. Интеграция сайта с социальными сетями.
4. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет для туристской организации.
5. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
6. Составление прогноза бюджета мероприятий цифрового маркетинга.
7. Понятие эффективности мероприятий цифрового маркетинга.
8. Пост-клик анализ рекламной кампании.
9. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы туристской организации.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем рефератов к темам раздела 2:

1. Глобальный уровень проникновения социальных сетей.
2. Тенденции развития социальных сетей в индустрии туризма.
3. Популярные ресурсы и рейтинги в туристской деятельности.
4. Обзор социальных сетей.
5. Аудитория социальных сетей России. Данные mediascope: YouTube, Vk.com, ТикТок, Facebook,
6. Instagram и др.
7. Организация SMM-работы в туристской деятельности: сотрудники в штате, аутсосрсинг,
8. фриланс.
9. SMM как инструмент внутрикорпоративного маркетинга.
10. Конкурентный анализ в социальных сетях.
11. Выбор пула социальных сетей для туристской организации.
12. Гайдбук и единая стилистика оформления.
13. Формирование контент-плана в социальных сетях.
14. Копирайтинг: тексты, кликабельные и кликбейтные заголовки.
15. Актуальные проблемы информационного информационно-коммуникационных разного уровня.
16. Производство и потребление информационных продуктов и услуг.
17. Развитие электронных СМИ в индустрии туризма.
18. Эффективное управление системой обеспечения информационной безопасности.
19. Раскрытие информации в соответствии с обязательными требованиями регуляторов.
20. Сотрудники, представляющие компанию при внешних коммуникациях в туристской деятельности.
21. Комментирование информации, раскрываемой компанией; комментирование слухов.
22. Раскрытие предварительной информации.
23. Сроки и порядок предоставление доступа к информации и документам о деятельности
24. организации акционерам и иным заинтересованным лицам.
25. Взаимодействие с инвесторами и акционерами. Взаимодействие со средствами массовой информации
26. (СМИ).
27. SMM-анализ: метрики и показатели эффективности.
28. Анализ эффективности продвижения в социальных сетях на основе различных метрик (KPI).
29. Ошибки продвижения.
30. Показатели эффективности smm-кампании: повышение узнаваемости бренда.
31. Показатели эффективности smm-кампании: вовлеченность потребителей в коммуникации

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – контрольная работа

Примерный перечень заданий

Задание 1 К дополнительной информации о респондентах, получаемой в ходе маркетинговых исследований в Интернете, относится: а) IP-адрес компьютера; б) тип провайдера; в) оба ответа верны; г) нет правильного ответа.

Задание 2 Автоматическая письменная фиксация данных и автоматическая обработка онлайн-анкет заключается в том, что: а) вся беседа между исследователем и респондентом фиксируется в письменном виде; б) полученная запись беседы сохраняется в виде текстового файла; в) полученная запись беседы используется при автоматической обработке и анализе данных; г) все ответы верны.

Задание 3 Количество посещений веб-страницы пользователями называется: а) CTR; б) хит; в) BTL; г) хост.

Задание 4 Выделите данные, которые включаются в отчет интернет-разведки: а) общее описание сайта конкурента; б) основные изменения в структуре сайта; в) изменение общего рекламного бюджета конкурента; г) мониторинг медийных рекламодателей конкурентов.

Задание 5 Все крупные автопроизводители имеют свои сайты (например, http://www.toyota.ru, http://www.nissan.ru, http://www.ford.ru). Посетите эти веб-сайты. В таблице сопоставьте и сравните, как каждый из производителей использует технологии маркетинговых коммуникаций в Интернете для предложения своей продукции на рынке. Сопоставление использования технологий маркетинговых коммуникаций в Интернете на сайтах автопроизводителей. Какой из сайтов, по вашему мнению, наиболее эффективен и удобен для потенциальных потребителей? Обоснуйте свой выбор.

№ п/п	Технология маркетинговых коммуникаций	Характеристики использования технологий маркетинговых коммуникаций на сайтах автопроизводителя		
		Toyota	Nissan	Ford
1.				
2.				
…				
N				

Задание 1 Интернет-панель — это: а) единовременно сформированная и обновляющаяся база данных потенциальных респондентов, заполнивших предварительный вопросник и распределенных по группам (сегментам); б) постоянно формирующаяся и обновляющаяся база данных потенциальных респондентов, случайно отобранных и распределенных по группам (сегментам); в) постоянно формирующаяся и обновляющаяся база данных

потенциальных респондентов, заполнивших предварительный вопросник, и распределенных по группам (сегментам); г) нет правильного ответа.

Задание 2 К основным типам маркетинговых исследований относятся: а) e-mail рассылка; б) онлайн фокус-группы; в) самозагружающийся опросник; г) размещение текстовых анкет в newgroups.

Задание 3 На этапе удержания клиентов наиболее эффективны инструменты интернет–маркетинга: а) контекстная реклама; б) медийная реклама; в) E-mail – маркетинг; г) SMM-маркетинг.

Задание 4 Выделите данные, которые включаются в отчёт интернет-разведки: а) общее описание сайта конкурента; б) основные изменения в структуре сайта; в) изменение общего рекламного бюджета конкурента; г) мониторинг медийных рекламодателей конкурентов.

Задание 5 К дополнительным данным от сайтов, используемым при оценке посещаемости рекламируемого сайта, можно отнести один из следующих: а) хост б) хит в) количество кликов г) рекламное сообщение

Задание 2 По какой формуле считается количество потерянных пользователей: а) CF = K / UK б) SF = V / UU в) GP = PI / V г) К(сайт 1) – Pl(с сайта 1) = Pt(с сайта 1)

Содержание контрольной работы:

Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

Требования к контрольной работе:

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и сопровожденная бланками исследовательских документов, инструкциями по работе с ними, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии	
Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. Альтернативные модели поведения фирмы	Управленческая экономика как специализированный раздел экономической науки, занимающаяся проблемой принятия решения о наилучшем размещении ограниченных ресурсов в целях конкурентной борьбы. Ее место в системе экономических наук, связь с другими дисциплинами: финансы, теория управления, разработка управленческого решения, маркетинг, управленческий учет. Задачи, основные разделы, объект изучения и содержание дисциплины. Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Оптимальное принятие решений. Транзакционные издержки. Гипотеза максимизации прибыли. Неэкономические цели фирмы. Социальная ответственность компаний. Типы риска: деловой и финансовый риск. Гипотеза максимизации благосостояния акционеров. Рыночная добавленная стоимость и экономическая добавленная стоимость. Прибыльность и выход фирмы на мировой рынок, международная конкуренция. Альтернативные модели поведения фирмы: максимизации прибыли, максимизации продаж, максимизации роста, управленческого поведения, японская модель, направленная на максимизацию добавленной стоимости.

Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса	Экономическая концепция эластичности. Ценовая эластичность спроса и методы ее измерения: дуговой эластичности и точечной эластичности. Различия, полезность дуговой эластичности в реальном бизнесе. Степени эластичности спроса. Факторы эластичности. Влияние эластичности на цену и размеры производства. Эластичность спроса на факторы производства. Эластичность в краткосрочных и долгосрочных периодах. Эластичность спроса и доход. Маржинальный (предельный) доход, его связь с кривого спроса. Перекрестная эластичность, товары – заменители и дополняющие (комплементарные) товары. Эластичность спроса по доходу. Другие показатели эластичности.
Раздел 2. Экономика туристской фирмы	
Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях	Производственная функция, различие между производственной функцией в краткосрочном и долгосрочном периоде. Изокванта. Предельная норма технического замещения. Краткосрочный анализ валового, среднего и маржинального продукта. Три стадии производства в краткосрочном пер иоде. Закон убывающей отдачи и его связь с тремя стадиями производства. Эффект масштаба. Значение производственных функций в принятии управленческих решений. Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях. Издержки бухгалтерские и экономические. Прибыль бухгалтерская и экономическая. Виды издержек в краткосрочном и долгосрочном периоде, связь между производством и издержками. Издержки и производство, общие переменные и маржинальные издержки. Кривая производительности, ее значение в снижении издержек. Оптимум производителя. Теория издержек и практика управления фирмой.
Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска	Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений. Методы оценки программы капиталовложений: метод чистой дисконтированной стоимости и метод внутреннего коэффициента окупаемости. Чистая приведенная стоимость, ее калькуляция. Коэффициент окупаемости капиталовложений. Стоимость капитала, определение понятия, исчисление стоимости капитала компании. Риск и неопределенность. Источники делового риска. Расчет различных параметров риска. Измерение степени риска, распределение вероятностей. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений в условиях риска, адаптированная к риску ставка дисконта. Эквиваленты определенности. Глобализация, аргументы «за» и «против». Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации. Функции правительства в рыночной экономике. Внешние эффекты рынка, связанные с выгодой и издержками, функция правительства в управлении ими.
Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации	

Тема 3.1. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополии	Типы рыночных структур. Совершенная конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия. Отличительные особенности совершенной конкуренции. Принятие решений относительно цен и объема производства в условиях совершенной конкуренции, оптимальный уровень объема производства и оптимальный уровень цен. Краткосрочное равновесие конкурентной фирмы. Экономическая и нормальная прибыль. Нулевая прибыль. Убытки и остановка производства. Долгосрочное равновесие конкурентной фирмы и отрасли. Эффективность рыночной структуры совершенной конкуренции. Отличительные особенности монополии. Выбор фирмы-монополиста, максимизирующей прибыль, в краткосрочном периоде. Индекс Лернера. Равновесие фирмы-монополиста, максимизирующей прибыль, в долгосрочном периоде. Монополия и общественная эффективность. Естественная монополия. Фирма-монополист, максимизирующая валовой доход. Влияние совершенной конкуренции и монополии на принятие решений менеджерами.
Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования	Монополистическая конкуренция и олигополия. Отличительные особенности монополистической конкуренции. Равновесие фирмы-монополистического конкурента в краткосрочном и долгосрочном периоде. Отличительные особенности олигополии. Модели олигополии без сговора и со сговором (картель). Ценообразование на олигополистическом рынке: соперничество и взаимозависимость. «Ломаная кривая спроса» и жесткость цен на олигополистических рынках. Неценовые факторы дифференцирования цен на товары и услуги в условиях монополистической конкуренции и олигополии. Решение о ценах и объеме производства на монопольном рынке. Ценовая дискриминация (первой, второй и третьей степени). Влияние ценовой дискриминации на благосостояние общества. Анализ картельных цен. Ценообразование, основанное на издержках. Метод ценообразования «издержки – плюс». Метод ценообразования по приросту. Анализ затрат. Мультипродуктное (ассортиментное) ценообразование. Трансфертные цены. Другие практики ценообразования.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных

случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности

межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и

отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии

Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. Альтернативные модели поведения фирмы

Вопросы для самоподготовки:

1. Управленческая экономика и ее место в системе экономических наук, связь с другими дисциплинами: финансы, теория управления, разработка управленческого решения, маркетинг, управленческий учет.
2. Задачи, основные разделы, объект изучения и содержание дисциплины.
3. Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде.
4. Рыночная добавленная стоимость и экономическая добавленная стоимость.
5. Прибыльность фирмы.

Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса

Вопросы для самоподготовки:

1. Альтернативные модели поведения фирмы.
2. Экономическая концепция эластичности.
3. Ценовая эластичность спроса и методы ее измерения.
4. Маржинальный (предельный) доход, его связь с кривого спроса.
5. Эластичность спроса по доходу. Другие показатели эластичности.

Раздел 2. Экономика туристской фирмы

Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях

Вопросы для самоподготовки:

1. Производственная функция, различие между производственной функцией в краткосрочном и долгосрочном периоде.
2. Изокванта. Изокоста.
3. Закон убывающей отдачи и его связь с тремя стадиями производства.
4. Эффект масштаба
5. Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях.
6. Издержки бухгалтерские и экономические.
7. Прибыль бухгалтерская и экономическая.
8. Типы рыночных структур.

Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

Вопросы для самоподготовки:

1. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений в условиях риска
2. Адаптированная к риску ставка дисконта.
3. Глобализация, аргументы «за» и «против».
4. Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации.
5. Прямые заграничные капиталовложения.
6. Трансфертное ценообразование в многонациональных компаниях.
7. Глобализация, аргументы «за» и «против».
8. Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации.
9. Прямые заграничные капиталовложения.
10. Трансфертное ценообразование в многонациональных компаниях

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.1. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополи.

Вопросы для самоподготовки:

1. Совершенная конкуренция, монополия.
2. Монополистическая конкуренция.
3. Олигополия.
4. Экономическая и нормальная прибыль.
5. Нулевая прибыль.
6. Убытки и остановка производства.
7. Отличительные особенности монополии.
8. Индекс Лернера. Монополия и общественная эффективность.
9. Естественная монополия.

Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

Вопросы для самоподготовки:

1. Монополистическая конкуренция и олигополия.
2. Отличительные особенности монополистической конкуренции.
3. Ценообразование на олигополистическом рынке: соперничество и взаимозависимость.
4. «Ломаная кривая спроса» и жесткость цен на олигополистических рынках.
5. Ценообразование, основанное на издержках.
6. Метод ценообразования «издержки – плюс».
7. Метод ценообразования по приросту.
8. Типы решений относительно экономического анализа эффективности

намечаемых капиталовложений.

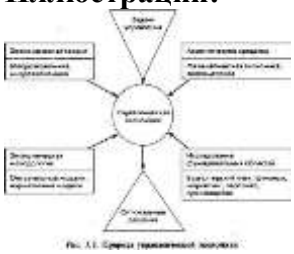
9. Методы оценки программы капиталовложений.
10. Риск и неопределенность.
11. Источники делового риска.
12. Расчет различных параметров риска.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии

Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. Альтернативные модели поведения фирмы

Иллюстрации:



Источник: https://studfile.net/preview/2384752/

Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса

Иллюстрации:

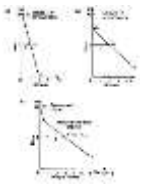


Рис. Построение рыночной кривой на основе индивидуальных кривых спроса

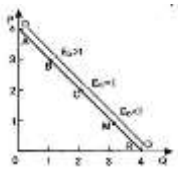


Рис. Эластичность и наклон - разные понятия

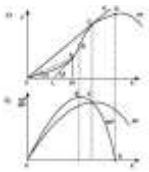


Рис. а) Кривая общего продукта (TP); б) кривая среднего продукта (AP) и предельного продукта (MP)

Источник: https://studfile.net/preview/2384752/

Раздел 2. Экономика туристской фирмы

Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

Иллюстрации:

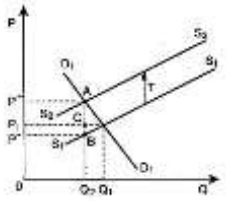


Рис. Воздействие на рыночное равновесие акцизного налога при уплате его продавцами

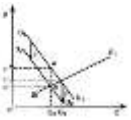


Рис. Воздействие на рыночное равновееие акцизного налога при уплате его покупателями

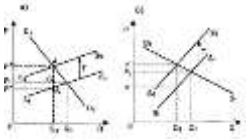


Рис. Воздействие акцизного налога на равновесный объем рынка в зависимости от наклонов линий спроса и предложения

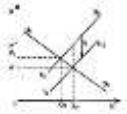


Рис. Воздействие на рыночное равновесие потоварной дотации

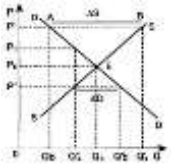
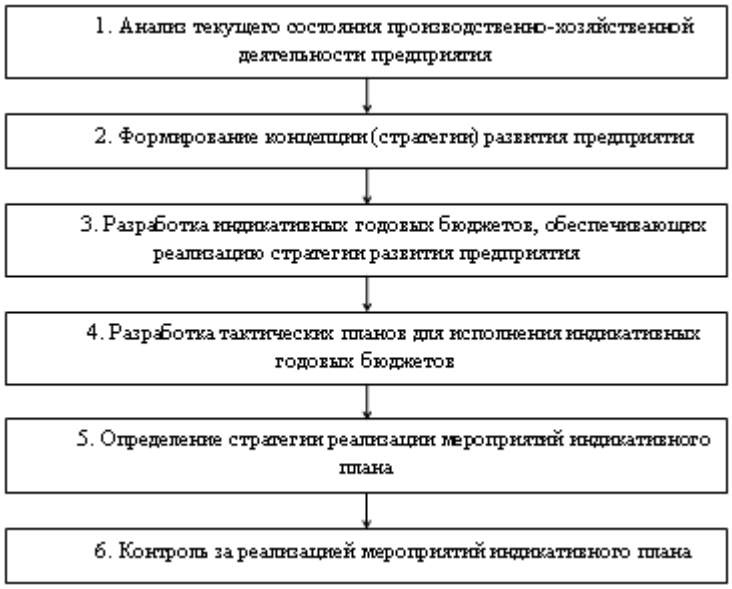


Рис. Фиксированная цена



* - Тактические планы могут составляться на квартал или на месяц

Рисунок – Структура индикативного плана предприятия



Источник: https://studfile.net/preview/2384752/page:9/

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.1. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополи

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

Иллюстрации:

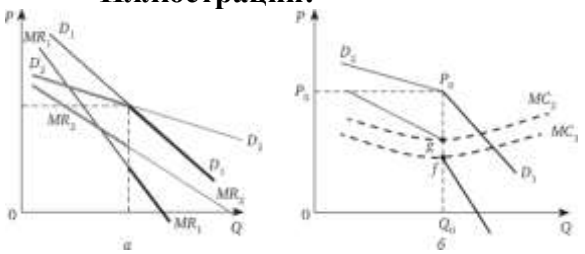


Рис. Модель Суизи (ломаной кривой спроса)

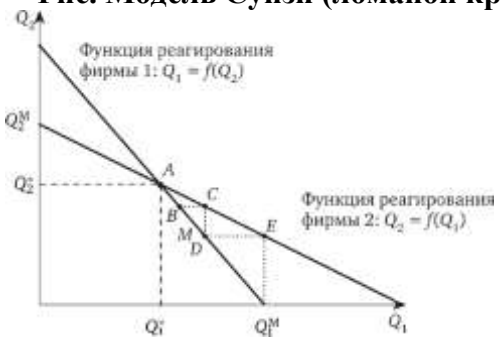


Рис. **Равновесие Курно**



Рис. **Модель Бертрана**

Источник:
https://studme.org/127276/ekonomika/resheniya_povodu_tsenovoy_politiki_obema_proizvodstva_monopolisticheskaya_konkurentsiya_oligopoliya?ysclid=lh8txnlu1l715766012

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в

тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с

выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе,

конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии

Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. Альтернативные модели поведения фирмы

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Управленческая экономика как специализированный раздел экономической науки	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Издержки.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Альтернативные модели поведения фирмы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. Альтернативные модели поведения фирмы

Текст лекции.

Тема 1. Управленческая экономика как специализированный раздел экономической науки Управленческая экономика составляет то направление экономических исследований, которое сокращает разрыв между экономической теорией и практикой. Ее необходимо изучать, поскольку она вносит свой посильный вклад в процесс принятия управленческих решений не только организациями, стремящимися к получению прибыли, но и организациями, не преследующими целей получения прибыли, а также государственными ведомствами.

Управленческая экономика включает элементы как микро-, так и макроэкономики. В ней используются как описательные, так и нормативные модели, а также аналитические средства математической экономики и эконометрики. Быстрая интернационализация рынка придает средствам управленческой экономики, используемым для выработки управленческих решений, еще большую ценность, чем когда-либо прежде.

управленческая экономика –

это способ применения экономической теории, особенно ее микроэкономического раздела, к практическому решению проблем;

эта дисциплина может быть использована для повышения качества управленческих решений;

управленческая экономика связана с выработкой решений по оптимальному распределению ограниченных ресурсов между конкурирующими направлениями работ как в частном, так и в общественном секторах.

Экономическая теория и управленческая экономика

Экономическая теория традиционно подразделяется на две широкие области: микроэкономику, рассматривающую поведение на рынке продавца и покупателя, и макроэкономику, изучающую совокупность экономических понятий, таких, как валовый национальный продукт, национальный доход, национальная занятость и национальное потребление. Макроэкономика сосредоточивается на коллективных результатах миллионов, отдельных экономических решений, тогда как микроэкономика — на поведении отдельных лиц, принимающих решение в макроэкономической среде.

Поскольку микроэкономическая теория имеет дело с вопросами, близко связанными с поведением фирмы при распределении ресурсов (а именно с поведением потребителя, теорией спроса, анализом производства и затрат, структурой рынка и ценообразованием, планированием прибыли, бюджетом долгосрочных расходов компании и финансами), она вносит решающий вклад в управленческую экономику. Отдельная фирма, однако, существует не в вакууме. Ее среда — это проявления глобальной экономики, определяющей и направляющей действия миллиардов людей, производителей и потребителей, действующих во всем мире.

Неподконтрольная отдельной фирме национальная и международная экономическая обстановка сильно сказывается на возможностях получения и цене экономических ресурсов, приобретаемых ею. К таким ресурсам относятся рабочая сила, материалы, комплектующие, механизмы и оборудование. Национальная и международная экономическая обстановка также сказывается на доступности и стоимости финансирования, особенно на процентной ставке. Оказывая влияние на доходы, национальная и международная обстановка сильно влияет на возможности реализации продукции фирмы. Соответственно макроэкономика вносит серьезный вклад в управленческую экономику даже при том условии, что ее микроэкономическая составляющая будет более значима.

Хотя такое сочетание микроэкономической и макроэкономической теорий играет важнейшую роль в решении экономических" проблем, эффективность выработки решений зависит не только от экономической теории. Как показано на рис. 1.1, управленческая экономика во многом полагается на экономическую методологию и ее аналитические средства, а также на принципы бухгалтерского учета, финансов, маркетинга, управления кадрами и организации производства.

Как показано на этом рисунке, экономическая методология включает два широких подхода, и каждый из них связан с использованием моделей, которые могут быть как описательными, так и нормативными[1]. Они могут использоваться как раздельно, так и в сочетании друг с другом.



Описательные модели базируются на эмпирических наблюдениях. При их помощи ученые пытаются описать и объяснить экономические соотношения так, как они существуют в реальном мире, но только в упрощенной, абстрактной форме. Упрощение достигается агрегацией деталей, часто связанной с упрощающими предположениями, которые не всегда идеально соответствуют фактам реального мира. Хорошим примером такой модели служит модель идеальной конкуренции. Она исходит из предположения о том, что все участники рынка имеют о нем полную информацию, что очевидно невозможно. Тем не менее такая модель часто весьма успешно объясняет и прогнозирует поведение цен в реальном мире. Она используется как норма, как мерило, позволяющее объяснить несовершенства, которые проявляются в реальных условиях. То обстоятельство, что эта модель не отображает реальную жизнь во всех ее аспектах, не мешает использовать ее как средство, объясняющее и прогнозирующее изменение цен.

Нормативные модели (их называют также оптимизационными) позволяют лицу, принимающему решение, выявить наиболее эффективный путь достижений поставленной цели. Оптимизационная модель выражает целевую функцию в операционных терминах. В конечном счете она предписывает процедуры, с использованием которых лицо, принимающее решение, может определить оптимальную стратегию с учетом заданных ограничений.

Поскольку в бизнесе решения обычно связаны с оптимизацией определенной функции, описательные модели часто бывают полезны для разработки подобных оптимизационных моделей. Нас в данном случае интересует не столько классификация моделей, сколько их способность прогнозировать изучаемые явления.

Аналитические средства: математическая экономика и эконометрика

В математической экономике экономические отношения представлены в математической форме, что часто позволяет увидеть такие стороны проблемы, которые могли быть легко упущены при чисто описательном подходе. Более того, математическое моделирование часто определяет границы анализа и позволяет «отсеять» нецелесообразные альтернативы.

В эконометрике статистические методы используются с целью исследования экономических моделей, разработанных для объяснения экономических соотношений. Так, например, статистические методы могут быть использованы для выявления соотношений между спросом на продукцию компании и такими факторами, как цена продукта, доход потребителя, расходы на рекламу и количество потенциальных потребителей. Эконометрические методы будут полезны: 1) при выявлении факторов, влияющих на спрос; 2) определении зависимости спроса от изменения и (или) взаимодействия этих факторов и выполнении точных измерений при решении проблем, поставленных в п. 1 и 2. Такая информация будет чрезвычайно полезной для выработки правильных решений.

Управленческая экономика в международной обстановке

Учитывая все увеличивающуюся интернационализацию рынка, в данном издании в задачах и иллюстративных примерах были использованы данные, характерные как для национальных, так и международных экономических условий.

В современных условиях для того, чтобы эффективно действовать в частном или общественном секторе, управляющему необходимо учитывать постоянно увеличивающуюся интернационализацию рынка. Американские фирмы, ведущие свои дела далеко за пределами Соединенных Штатов, пришли к выводу о том, что им необходимо адаптировать свой стиль управления, рыночную стратегию и разработку продукции к особенностям культурной и политической обстановки этих стран. Это, конечно же, логично. Кроме того, даже те компании, которые ведут дела исключительно внутри страны, сегодня ощущают мощное давление зарубежной продукции и капиталовложений. Так, например, когда Советский Союз покупал большие объемы пшеницы по цене ниже мировой, цена муки для мелких пекарен в Соединенных Штатах увеличивалась примерно на 20%. Мелкий и средний бизнес в Соединенных Штатах может столкнуться с конкуренцией иностранных фирм. Компании во всем мире ищут дешевую рабочую силу, поэтому они могут перевести свое производство в другую страну, где ее стоимость ниже. Ожидается еще большая интеграция мировой экономики до конца этого столетия. Конечно же, компаниям, желающим расти и процветать, необходимо адаптировать свой процесс выработки управленческих решений к условиям мирового рынка. Кроме того, в таких быстроменяющихся условиях строгий анализ будет более чем прежде необходим для выработки правильных решений. Это придает аналитическим средствам управленческой экономики еще большую ценность, чем прежде.

Тема 2-3. Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Издержки.. Альтернативные модели поведения фирмы

1. Роль фирмы в обществе

Особый интерес для управленческой экономики представляет способ взаимодействия фирмы с обществом. Для понимания роли фирмы в обществе нам следует начать с того элементарного положения, что сырьевые ресурсы не обладают стоимостью до тех пор, пока они не объединены с трудом и капиталом в процессе их обработки. Роль фирмы состоит в том, что она распределяет эти ограниченные ресурсы труда и капитала и управляет процессом их обработки с тем, чтобы иметь полезные товары и услуги и предоставить их членам общества на рынке.

Если фирма эффективно удовлетворяет потребности общества в товарах и услугах, то она получает вознаграждение, к которому стремится. Это вознаграждение — прибыль, которая в некотором смысле является двигателем, приводящим в действие экономическую систему на общее благо всех членов общества: рабочих, управляющих, инвесторов и потребителей. Общество полагается на стремление фирмы к прибыли, которое обеспечивает на только производство необходимых товаров и услуг, но и обеспечивает занятость, сбор налогов и эффективное распределение ограниченных ресурсов.

Однако операции фирмы на рынке далеко не всегда отвечают требованиям, предъявляемым обществом к товарам и услугам. Удовлетворяя вкусы и предпочтения потребителей, подверженные частым изменениям, фирма вынуждена принимать решения относительно объемов, цены, качества и сроков производства. Фирма не всегда располагает всей информацией, необходимой для такого решения, но, тем не менее, она вынуждена действовать. В условиях неопределенности, для того чтобы обеспечить свое процветание и выживание, фирма должна располагать эффективной стратегией, обеспечивающей действенное планирование.

Частные фирмы, действующие в условиях конкуренции на свободном рынке, должны распределять свои ресурсы эффективным и производительным образом. Именно это обстоятельство привело правительство США к решению ослабить степень регулирования таких отраслей,, как авиалинии и банки, в том числе коммерческие. Необходимость дерегулирования все шире понимается в мире. Многие бывшие социалистические страны в последние годы стали ослаблять государственный контроль в надежде, что движение к

рыночной экономике улучшит производительность и использование ресурсов при производстве потребительских товаров. Такая тенденция к дальнейшему дерегулированию в Соединенных Штатах и других странах вызовет, вероятно, повышение спроса на профессиональных управляющих, хорошо освоивших принципы и методы управленческой экономики.

2. Альтернативные модели поведения фирмы

Существует значительное количество моделей, позволяющих объяснить поведение коммерческих фирм и их управляющих в терминах их задач и целей.

В их число вошли следующие модели:

- максимизации прибыли,
- максимизации продаж,
- максимизации роста,
- управленческого поведения
- японская модель, направленная на максимизацию добавленной стоимости.

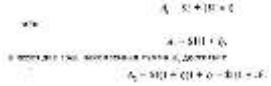
2.1. Модель максимизации прибыли

Экономисты давно склонны считать, что главной целью организации любого типа должна быть максимизация ее выгод по отношению к затратам. Для коммерческой организации выгоды, которые она стремится получить, выражаются в форме прибыли. Поскольку наша экономическая система позволяет фирмам в нерегулируемых отраслях получать столько, сколько они смогут получить, первоначально предполагалось, что поведение фирмы наилучшим образом может быть описано при помощи модели максимизации прибыли, разработанной исследователями по теории микроэкономики фирмы.

Ранее варианты моделей максимизации прибыли сосредоточивались на решениях, максимизирующих прибыль в краткосрочной перспективе, т.е. позволяющих максимизировать суммарный краткосрочный доход за вычетом общих затрат. В более поздних вариантах таких моделей предполагалось, что цель фирмы состоит в максимизации стоимости фирмы в перспективе на будущее. Поскольку стоимость фирмы в длительном интервале определяется потоком ее будущих прибылей, которые могут соответствовать, а могут и не соответствовать ожиданиям, модель должна быть развита с тем, чтобы включить в нее текущую стоимость будущих денег (будущих прибылей) и концепцию риска. Для понимания такой модели студент должен четко представлять себе концепцию текущей стоимости.

Текущая стоимость – сегодняшняя стоимость суммы, которая будет получена в будущем, дисконтированная на основе той или иной процентной ставки

Концепция текущей стоимости основана на принципе сложных процентов. Предположим, что сегодня инвестирован 1 долл. при годовой процентной ставке i. Тогда через год сумма A1 равная основному капиталу и процентам, составит



Процесс, обратный процессу начисления сложных процентов, называется дисконтированием. Если мы ожидаем, что A_2 через два года будет равно $\$1(1 + i)^2$, то дисконтированная текущая стоимость 1 долл. при процентной ставке i составит

$$\frac{\$1(1+i)^2}{(1+i)^2} = \$1 \text{ или } \frac{A_2}{(1+i)^2} = \$1$$

В общем виде концепция текущей стоимости (PV) будущих прибылей, π, выражается как

$$PV = \frac{\pi}{(1+i)^n},$$

где PV отражает текущую стоимость будущих прибылей, π, получаемую к концу периода дисконтирования в n лет при свободной от риска периодической ставке дисконта i, выражаемой десятичной дробью. Иначе говоря, если будущие прибыли считаются достоверными, то может быть использована ставка дисконта без учета риска, равная i. Если будущий доход нельзя считать гарантированным, то мы используем рисковую ставку

дисконтирования r, определяемую как i плюс **премия за риск**, компенсирующая его. Таким образом, величина r отражает степень риска. Это будет **норма капитализации** или **стоимости капитала фирмы**, т.е. та норма дохода, которую потребуют инвесторы после изучения экономического положения фирмы и финансового риска.

Независимо от того, какую переменную вы используете (i или r), модель позволит максимизировать текущую стоимость дисконтированного потока прибылей. Если ожидается, что поток прибылей будет изменяться по годам, то уравнение можно привести к следующему виду:

$$PV = \frac{\pi_1}{(1+r)} + \frac{\pi_2}{(1+r)^2} + \frac{\pi_3}{(1+r)^3} + \ldots + \frac{\pi_n}{(1+r)^n} \quad (5)$$

де π_1 π_2, π_3 и π_n представляют прибыли, ожидаемые фирмой в первом, втором, третьем и n-м годах при рисковой ставке дисконта г или требуемой норме дохода.

Если ожидается в каждом году получать равную прибыль, то задача максимизации потока прибылей существенно упрощается и сводится к задаче максимизации к. Текущая стоимость потока равных прибылей может быть вычислена по формуле (5), однако будет значительно проще воспользоваться формулой

$$PV = \pi\left[\frac{1-(1+r)^{-n}}{r}\right], \quad (6)$$

где π— периодические платежи; r — рисковая ставка дисконта; n - количество периодов.

Выражение в скобках называется показателем дисконтирования. *Его вывод приведен в Приложении 2А в конце данной главы, а показатель дисконтирования при переменной величине годовой дисконтной ставки представлен в табл. А Приложения, помещенного в конце данной книги.*

В динамической ситуации, когда предполагается возможность изменения величины π, задача максимизации значительно усложняется и приходится использовать уравнение (5). Однако для практического ее решения часто бывает полезно предположить равномерное распределение годовой прибыли на перспективу и считать, что эта тенденция сохранится до тех пор, пока изменение условий (ввод в эксплуатацию нового завода) не потребует изменить исходное предположение.

Если ожидаемый поток равномерной годовой прибыли, U, сохраняется постоянным в неограниченном интервале времени (т.е. бесконечно), то текущая стоимость такой последовательности доходов, PV, примет вид

$$PV = \frac{U}{r}, \quad (7)$$

где r — норма капитализации, характеризующая бизнес данной фирмы и ее финансовый риск.

ПРИМЕР:

Джон М., недавно закончивший Колледж деловой администрации, получил от своего деда наследство в 100 000 долл. Он рассматривает три предложения об инвестиции наследства, имеющие равный риск. Каждая альтернатива предполагает начальную инвестицию в 100 000 долл. Ожидаемый доход распределяется следующим образом.

Год	Предложение 1	Предложение 2	Предложение 3
1	$ 30 000	$50 000	$0
2	30 000	50 000	30 000
3	30 000	30 000	60 000
4	30 000	20 000	60 000
5	30 000	0	0
Всего	$150 000	$150 000	$150 000

Вопросы:

а. Какой будет чистая текущая стоимость (т.е. дисконтированный кассовый приход минус дисконтированный кассовый расход) каждого предложения при дисконтной ставке в 12%?

б. Как сказывается на чистой текущей стоимости распределение потока наличности во времени?

Решения

а. Предложение 1: $PV = 30\,000\left[\frac{1-(1,12)^{-5}}{0,12}\right] - \$100\,000 = \$81\,43$.

Предложение 2:

$PV = \frac{\$50\,000}{1,12} + \frac{\$50\,000}{(1,12)^2} + \frac{\$30\,000}{(1,12)^3} + \frac{\$20\,000}{(1,12)^4} - \$100\,000 = \$19\,566$.

Предложение 3: $PV = \frac{\$30\,000}{(1,12)^3} + \frac{\$60\,000}{(1,12)^4} + \frac{\$60\,000}{(1,12)^5} - \$100\,000 = \$4756$.

б. Чем больше предполагаемое количество лет, через которое будет получен поток наличности, тем меньшей будет его текущая стоимость. Так, предложение 2, согласно которому можно надеяться на больший поток наличности в более близкие сроки, будет иметь большую ценность, чем предложения 1 или 3. Предложение 3, согласно которому можно надеяться на большую сумму годовых доходов, чем в предложениях 1 или 2, но относящее эту сумму на более поздний срок, будет иметь наименьшую ценность.

Максимизация состояния владельца. Мерой состояния владельца служит стоимость акции фирмы. Поэтому модель максимизации прибыли предполагает попытку фирмы максимизировать рыночную стоимость одной акции своего акционерного фонда. Фундаментальный подход к оценке стоимости акции можно выразить как

$$V = \frac{E}{r},$$

где V - капитализированная стоимость на акцию;

E — ожидаемая прибыль на акцию, т.е. прибыль (полный доход - полные затраты), деленная на количество акций, подлежащих оплате (это неидентично дивидендам на акцию, если только все доходы компании не будут распределены в виде дивидендов, что маловероятно);

r - норма капитализации, или требуемая норма дохода.

Такой подход универсально используется при оценке стоимости акционерного фонда инвесторами, которые умножают оцениваемый доход на коэффициент, называемый отношением **«цена—доход»,** отношением **«время—доход»** или мультипликатором **«цена—доход»,** для оценки стоимости данного акционерного фонда. Отношение «цена—доход» — это просто величина, обратная норме капитализации, r (т.е. 1 /r).

Процесс выработки решения фирмой во многом определяется соотношением между доходом на акцию, E, и требуемой нормой дохода, r (r отражает риск, по предположению фирмы связанный с конкретным предложением инвестиций). Так, предположим, что стоимость капитала фирмы такова, что владелец требует норму дохода от своих инвестиций в 20%. Если доход фирмы на акцию составляет 1 долл., то капитализированная стоимость фирмы составит

$$V = \frac{\$1,00}{0,20} = \$5 \text{ на акцию}.$$

Предположим теперь, что фирма имеет возможность инвестировать в проект, который повысит доход на акцию на 20 центов, но также повысит риск до величины, когда осторожный инвестор потребует доход в 25%, Получить повышенный доход будет очень соблазнительно для управляющих, пока они не оценят влияния капитализацированной стоимости на обыкновенные акции. Ввиду повышенного риска капитализированная стоимость обыкновенных акции снизится до

$$V = \frac{\$1,20}{0,25} = \$4,8.$$

Критерий решения очевиден — предлагаемый проект позволит повысить доход на 20%, однако требуемая норма дохода повысится до 25% (с 0,20 до 0,25). Соответственно, состояние владельца, измеряемое стоимостью акций, сократится. Именно поэтому аксиомой бизнеса будет то, что чем выше риск, тем выше должна быть прибыль. Иначе не следует начинать рисковый проект.

Текущая стоимость будущих прибылей фирмы представляет стоимость фирмы при любом данном уровне риска (уровень риска включается в дисконтную ставку, r). Поэтому максимизировать текущую стоимость прибыли значит то же, что максимизировать состояние владельца. Модель максимизации прибыли тем самым показывает, что аппарат управления фирмой стремится максимизировать текущую стоимость будущих прибылей при данном уровне риска.

Ограничения модели максимизации прибыли. Принципы, положенные в основу модели максимизации прибыли, помогают нам понять, какой должна быть стратегия фирмы, как ей следует вырабатывать решения и выбирать время для своих действий. В мире, в котором сроки инвестиций имеют важнейшее значение для успеха, эта модель позволяет нам глубже понять вероятное поведение фирмы. Однако модель максимизации прибыли, как и любая модель, дает упрощенный абстрактный вариант. В реальном мире существует много сложностей, ограничивающих ее адекватность. Это происходит потому, что, помимо отсутствия всеобъемлющей информации, такая модель требует, чтобы фирма могла точно предсказать величину и распределение во времени потока будущих прибылей, что в. лучшем случае сделать очень трудно, а в худшем — невозможно. Кроме того, существует множество юридических, этических и социальных ограничений, которые ставят предел всеохватывающему стремлению фирмы к прибыли. В рамках этих ограничений фирма стремится иметь оптимальную прибыль.

Это означает, что фирма необязательно стремится максимизировать прибыль, вместо этого она пытается сбалансировать свое стремление к прибыли с другими целями и задачами — краткосрочными и долгосрочными, экономическими и неэкономическими. Достижение этих целей, так же как и увеличение прибыли, позволит ей максимизировать получаемые выгоды, которые необязательно должны сводиться к максимизации прибыли.

Признание этого обстоятельства привело к созданию ряда альтернативных моделей, исходящих из мотивов поведения фирмы, отличных от максимизации прибыли.

Эти модели, имеющие чрезвычайно важное значение для понимания поведения фирмы, можно подразделить на четыре общих класса моделей:

- максимизации продаж;
- максимизации роста;
- управленческого поведения;
- максимизации добавленной стоимости (японская модель).

2.2. Модель максимизации продаж

Модель максимизации продаж - это, вероятно, наиболее широко известная альтернатива модели максимизации прибыли. Она легко доступна для понимания и подтверждается интуитивно привлекательными примерами из жизни. Строгие эмпирические испытания, однако, не подтверждают справедливости гипотезы максимизации продаж. Особенно это касается долгосрочных задач фирмы.

Ученые приводят множество доводов в пользу того, почему фирмы могут отдавать предпочтение денежным поступлениям от продаж.

1. Изменение в продажах требует больших изменений в методах торговли и технологии производства, чем то будет оправдано равноценными изменениями в прибылях.

2. Управленческий аппарат фирмы может чувствовать, что отсутствие увеличения продаж несет ущерб репутации компании и ее отношениям с потребителями, финансовыми учреждениями и работниками.

3. Управленческий аппарат фирмы может чувствовать, что отсутствие увеличения продаж приведет к сокращению влияния компании на рынке и сделает ее более уязвимой для конкурентов.

4. Поскольку в большинстве случаев управляющие являются наемными служащими, а не владельцами фирмы, оценка работы ее управленческого аппарата будет более чувствительной к уровню продаж, чем к уровню прибылей (до тех пор, пока поддерживается приемлемый уровень прибылей).

Сторонники модели максимизации продаж признают, что некоторый минимальный уровень прибыли необходим, однако они уверены, что фирма, стремящаяся к максимизации продаж, предпочитает пожертвовать некоторыми либо всеми своими прибылями выше определенного минимума для того, чтобы увеличить объем продаж. Так, японские фирмы придают большое значение увеличению своего влияния на мировом рынке, поэтому они проводят демпинговую политику цен (т.е. продают продукцию за рубежом по ценам, ниже назначаемых в своей

стране). Многие считают, что это тактика, направленная против Соединенных Штатов. Японские изготовители сложных микросхем, например, обвинялись в демпинге своей продукции, поступающей в Соединенные Штаты непосредственно либо через таких посредников, как Гонконг. Хотя демпинг может быть эффективен для увеличения своей доли на рынке, эта практика считается незаконной в Соединенных Штатах.

Можно привести и другой пример с падением курса доллара США относительно японской иены (вторая половина 80-х гг.). По логике, японские автомобилестроители должны были бы при этом повышать цену на свою продукцию, продаваемую на территории США, чтобы сохранить свой уровень прибылей. Вместо этого они предпочли держать постоянной цену в долларах, соглашаясь на снижение прибыли, чтобы сохранить свою долю рынка. Такое поведение составляет важный фактор в международной торговле. Однако природа таких фактов позволяет предположить, что здесь фирмы могут жертвовать ближайшими прибылями в пользу максимизации отдаленных. Максимизация отдаленной прибыли в данном случае составляет часть их стратегии, направленной на сохранение преимущественных позиций в конкуренции, способных принести большую прибыль в отдаленном будущем.

Модель максимизации роста

В любой компании рост склонны считать краеугольным камнем стратегии корпорации. Рост и его потенциал служат мерилом успеха корпорации в ее годовых отчетах и на финансовых страницах прессы для ее финансовых аналитиков и инвесторов. Согласно обычной модели максимизации роста, при Достижении фирмой уровня выпуска, устойчиво обеспечивающего максимизацию прибылей, выпуск продукции должен оставаться постоянным до тех пор, пока остаются постоянными затраты и уровень спроса. По этой модели у фирмы будут отсутствовать основания для дальнейшего наращивания производства и продаж.

В действительности, конечно, спрос и затраты не остаются постоянными, и фирма будет стремиться к росту по тем же причинам, которые способствуют максимизации продаж. Рост, однако, должен финансироваться либо за счет удержаний из доходов, либо за счет займов, а часто за счет того и другого. Осторожные управляющие стремятся поддерживать соотношение «обязательства - активы» достаточным для стимулирования роста, но ниже предела неприемлемого риска.

В отдаленной перспективе рост фирмы будет определяться наличием достаточного потока прибылей. Очевидно, что какие бы различия ни проявлялись в краткосрочных интересах фирм, максимизирующих рост, продажи или прибыли, их долгосрочные интересы, вероятно, будут одинаковыми. Решение по максимизации роста неизбежно будет решением о максимизации прибыли в перспективе.

2.3. Модель управленческого поведения

Модели управленческого поведения касаются различий между владельцами и управляющими, характерных для разнообразных корпораций.

Модели управленческого поведения включают

1. модель управленческой выгоды,
2. модель управленческой благоразумности
3. агентскую модель.

Все эти модели исходят из следующих базовых предположений:

1) как владельцы (акционеры), так и управляющие являются рациональными людьми, пытающимися максимизировать свою личную выгоду, и

2) существуют коренные противоречия между интересами владельцев и интересами управляющих, поэтому когда управляющие пытаются максимизировать свою выгоду, они уменьшают выгоду владельцев.

Модель управленческой выгоды. Эта модель базируется на том предположении, что экономическая стратегия корпорации обусловлена несовпадением интересов владельцев и управляющих. Владельцы (акционеры) по этой модели стремятся максимизировать стоимость фирмы и поэтому заинтересованы в максимизации прибылей. Управляющие же имеют другой

комплекс целей, мотивов, потребностей и желаний. Они больше заинтересованы в личных благах, чем в максимизации стоимости фирмы.

Эта модель утверждает, что:

1) в контролируемых управляющими фирмах ставка прибыли меньше, чем в фирме, управляемой владельцем, поскольку аппарат управления игнорирует заинтересованность владельцев в максимизации прибыли,

2) профессиональные управляющие не имеют личного интереса в максимизации прибыли. Ни одно из этих предположений не выдерживает строгого эмпирического исследования.

Эмпирические исследования, проведенные рядом ученых, показали, что заработная плата составляет только часть компенсации управляющих. Оставшаяся часть принимает форму ценных вознаграждений, премий, опционов акций и доли в прибылях, которые полностью зависят от прибыли. Эмпирические свидетельства подтверждают тем самым, что профессиональные управляющие имеют прямую и личную заинтересованность в максимизации прибыли.

Модель управленческой благоразумности. Более реалистичную теорию фирмы, основанную на управленческом поведении, представляет модель управленческой благо- разумности. По этой модели управляющие могут преследовать свои личные интересы при том условии, что Они обеспечивают уровень прибылей, достаточный для выплаты приемлемых дивидендов владельцам и дальнейшего финансирования роста. Помимо заработной платы, личные интересы управляющих зависят от множества факторов, к которым относятся другие формы выплат, качество и профессиональный уровень подчиненных, не связанные с доходом блага и степенью" свободы в расходовании или инвестировании денег фирмы., Когда фирма процветает, управляющие стремятся получать от нее различные виды нематериального вознаграждения (например, личный автомобиль с водителем). Бихевиористы называют такие нематериальные блага управленческими привилегиями.

Общая гипотеза модели управленческого благоразумия состоит в том, что фирма, которой руководят управляющие, максимизирующие выгоды, расходует больше на аппарат управления и предоставляет больше управленческих привилегий, чем фирма, максимизирующая прибыль. В эмпирических доказательствах, предлагаемых в подтверждение справедливости этой модели, недостаточно аргументов и имеется ряд недостатков. Самым существенным из них является тот, что среди возможных видов компенсаций наибольшее значение придается компенсации в форме заработной платы. Соответственно, серьезно недооценивается реальное поведение управляющих, направленное на максимизацию прибылей.

Агентская модель. Эта модель ориентирована на отношения между принципалами (акционерами) и их агентами (управляющими), которые действуют в интересах первых. Чтобы управляющие могли действовать, акционеры через свой совет директоров должны делегировать право принятия решений главному исполнительному директору (chief executive officer - CEO). Его полномочия должны предполагать делегирование права принятия решений другим управляющим фирмы.

Существует многое, что могут делать управляющие, преследуя свои интересы. Они, например, могут проводить политику, выставляющую их в наилучшем свете и гарантирующую им продвижение по службе. Недобросовестные управляющие могут принимать решения, способствующие личному обогащению за счет компании, принимая, например, в качестве взяток дорогостоящие бытовые предметы. Управляющих могут больше интересовать дорогостоящие привилегии, такие, как богатые кабинеты, роскошные автомобили и членство в престижных загородных клубах, чем сокращение затрат. Они могут уклоняться от принятия решений, имеющих элементы риска, опасных для их должности, или вступать в конфликты, создавая напряженность внутри компании или на рынке, нанося ущерб максимизации прибыли.

Проблема здесь в том, что акционеры не могут знать, действительно ли управляющие делают все, что в их силах, для максимизации состояния владельцев. Акционеры могут видеть только

результаты действий руководящего аппарата, проявляющиеся на нижнем уровне. Если только акционеры не являются одновременно управляющими (как это имеет место в корпорациях закрытого типа), то они не способны наблюдать за повседневным процессом управления компанией.

Если результаты работы управляющих будут неудовлетворительными, то акционеры, действуя через совет директоров, могут наказать их (лишить премий, не повысить оклад или даже уволить). Но до тех пор, пока результаты остаются удовлетворительными, акционеры не способны установить, действительно ли они получают максимум того, что могут иметь.

Теоретически возможно, что для оценки действий управляющих будет установлена сложная и дорогостоящая интеллектуальная система, способная контролировать их работу. Естественно, что акционеры практически не заинтересованы в таких затратах, а некоторые сторонники агентской модели считают излишним такой повседневный контроль за деятельностью управленческого аппарата. Они указывают на эмпирические данные, свидетельствующие о наличии строгой связи между прибыльностью компании и оплатой исполнителей, считая эти данные достаточным доказательством следующего положения: динамики рынка достаточно для того, чтобы заставить управляющих делать все, что в их силах.

Другие теоретики утверждают, что некоторые затраты неизбежны для акционеров и их наилучшей формой будет поощрение управляющих за их усилия по максимизации состояния акционеров. Оно обычно имеет форму контракта найма на работу, предусматривающего ежегодные премии в прямой зависимости от прибылей фирмы. Премии могут быть увязаны с прибылями текущего года или с характеристиками работы фирмы на несколько предстоящих лет.

Естественно, такой вид распределения прибылей не дает стопроцентной гарантии, что будет достигнута максимальная отдача, поскольку управляющие по-прежнему знают больше владельцев о ходе операций фирмы. Невзирая на премии, они могут работать недостаточно результативно и продолжать пользоваться дорогостоящими привилегиями. Понимая это обстоятельство, акционеры могут разделить риск владения с управляющими, гарантируя им опционы акций. Это позволит теснее увязать интересы управляющих и владельцев акций.

Описанная здесь модель может быть неприменима за пределами Соединенных Штатов. В некоторых странах заработная плата управляющих намного ниже, чем в Соединенных Штатах, а привилегии более щедрые. Законы других стран могут запрещать использование таких инструментов, как опционы акций. В Германии, например, разорительное налоговое законодательство делает опционы акций бессмысленными. В Японии управленческому аппарату запрещается владеть акциями своей компании. Более того, базовое положение о столкновении интересов владельцев акций и управляющих вовсе не учитывается в описываемой далее модели поведения японских компаний, направленной на максимизацию добавленной стоимости.

2.4. Модель максимизации добавленной стоимости (японская модель)

Хотя модель максимизации прибыли может быть применена как в коротком, так и в длительном периоде, фактически фирмы США сосредоточиваются на текущих прибылях. Для удовлетворения акционеров и банкиров данные о прибыли публикуются каждый квартал. Тем самым внимание сосредоточивается на таких финансовых аспектах, как доход на акцию в конкретном периоде, а не на долгосрочных концепциях повышения эффективности от использованных ресурсов или роста.

Сосредоточенная на краткосрочных прибылях, которые удовлетворяют акционеров, такая чрезмерно упрощенная концепция в значительной мере игнорирует интересы наиболее важного продуктивного ресурса фирмы - ее работников, т.е. конкретно тех, кто делает возможным получение прибыли. Управленческий аппарат часто пытается. улучшить финансовую картину и, чтобы уменьшить затраты, сокращает заработную плату работникам, в то время как профсоюзы, защищая их интересы, требуют повышения заработной платы и предоставления дополнительных льгот. Подобное предпочтение краткосрочных прибылей в

значительной мере является причиной тех враждебных отношений, которые существуют между американскими управляющими и рядовыми сотрудниками.

Напротив, только немногие японские фирмы используют при управлении фирмой такой близорукий подход (максимизацию текущего квартального дохода на акцию). Вместо этого они пытаются максимизировать добавленную стоимость своей производственной деятельности. Компания покупает исходные материалы (товары и услуги) у внешних поставщиков. Стоимость добавляется к этим материалам в результате согласованной деятельности управляющих и рабочих, использующих активы компании для преобразования исходных материалов в ее конечный продукт. Добавленная стоимость вычисляется как разность между продажами компании за определенный период и издержками на товары и услуги, приобретенные у внешних поставщиков. Тем самым добавленная стоимость включает труд, управление, капитал, затраты и прибыль.

Модель добавленной стоимости - это долгосрочная концепция, направленная на максимизацию выгоды всех участников: управляющих, рабочих, поставщиков и акционеров. Ее исходная философия состоит в том, что основная цель частной корпорации состоит в вознаграждении своих работников (как управляющих, так и рядовых сотрудников). Вознаграждение включает в себя не только увеличенную заработную плату, жалованье и дополнительные привилегии, но также и удовлетворение, получаемое от изготовления высококачественного продукта. Жалованье управленческого аппарата, заработная плата сотрудников и другие затраты на содержание персонала являются неотъемлемой частью полной добавленной стоимости. Тем самым управление и труд не будут противниками, напротив, они будут партнерами, преследующими общую цель — максимизацию добавленной стоимости.

Если максимизация добавленной стоимости становится целью, то как управляющие, так и рабочие начинают остро осознавать, что их личные интересы неразрывно связаны со способностью фирмы конкурировать на мировых рынках. Тогда все они будут стремиться к сокращению затрат и увеличению продаж, вместе искать пути повышения производительности труда, эффективности инвестиций. Совместно они будут проектировать и производить инновационную продукцию для мировых рынков.

Каждый работник и акционер фирмы, максимизирующей добавленную стоимость, знает, что независимо от экономических условий постоянным инвестициям в производственные мощности и оборудование, в исследования и разработки, в развитие рынка должен быть отдан приоритет. Если это становится им, то все необходимые и согласованные инвестиции будут финансироваться за счет временного ограничения роста заработной платы, жалованья и дивидендов акционеров. Если возникает необходимость сократить вознаграждение работникам, то первым будет сокращено жалованье старшему управленческому персоналу. Таким способом японские автомобилестроители и другие японские компании, невзирая на экономические условия, год за годом стремятся максимизировать добавленную стоимость.

Американские трудности с японской моделью

Японская модель базируется на культуре этой страны, в основе которой лежит понимание значения гармоничных и согласованных отношений между членами семьи, между работниками и управляющими, между правительством и бизнесом. Эти культурные ценности, видимо, проявились в твердой приверженности практике максимизации добавленной стоимости. Они также помогают объяснить успех японских фирм в координации основных функций производства, исследований и разработок, маркетинга. Такая координация требует корпоративной среды, стимулирующей обучение, дружеские отношения и твердую приверженность всех работников корпоративным целям.

К сожалению, за редким исключением американские управляющие часто ставят знак равенства между лидирующей ролью корпорации и личной властью. Они видят себя в роли абсолютных монархов своей компании, обладающих всеобъемлющим правом принятия решений. Слишком часто в американских компаниях управление осуществляется путем противопоставления одного центра прибылей или затрат другому или одной личности другой.

Слишком часто каждый сегмент компании располагает собственным бюджетом и реализует его без учета последствий для фирмы в целом. От управляющих производством могут требовать сокращения затрат любыми доступными способами. В результате одна американская компания за другой переводят свое производство из Соединенных Штатов в страны с более низкой нормой заработной платы. Это может быть самым простым решением в ближайшей перспективе, но однако иметь негативные последствия для промышленности в целом с учетом отдаленных последствий, ибо ведет к разрушению производственной базы.

Во многих американских фирмах сиюминутные^финансовые решения ставятся во главу угла в ущерб решениям о стратегических инвестициях. Внимание сосредоточивается на финансовом контроле, необходимом для выполнения бюджетных заданий по краткосрочным прибылям. Японские фирмы, напротив, отдают приоритет стратегическим решениям, что дает им возможность быстро приспосабливаться к инновационным рыночным переменам. Когда фирма, максимизирующая прибыль, вступает в прямую конкуренцию с фирмой, максимизирующей добавленную стоимость, ее шансы невелики.

Почему мы руководствуемся моделью максимизации прибыли?

Каждая из моделей, рассмотренных в данной главе, построена на различных исходных предположениях относительно целей фирмы. Наша способность предсказать или объяснить схему управленческого поведения фирмы и процессов выработки решений зависит от того, какую модель мы выберем. Гармоничная организация корпорации, воплощенная в модели максимизации добавленной стоимости (японская модель), видимо, наиболее перспективная и потому заслуживает серьезного изучения американскими фирмами. Однако в данном издании мы преимущественно используем модель максимизации прибыли, ибо из всех рассмотренных моделей она в наилучшей мере позволяет объяснить и предсказать поведение подавляющего большинства американских фирм.

Однако у модели максимизации прибыли много критиков.

Их основные аргументы можно свести к следующим:

1. максимизация прибыли - это не самое рациональное действие, которое может предпринять управляющий;
2. в реальном мире управляющие не располагают полной информацией по спросу, затратам, а также прогнозом на будущее, необходимыми для максимизации прибыли;
3. в современной фирме управляющие, помимо получения прибыли, преследуют много иных целей;
4. поскольку в современной корпорации владение отделено от управления, управляющие больше заинтересованы в максимизации собственного благополучия, чем в максимизации прибыли;
5. политика, направленная на максимизацию прибыли, ведет к повышению риска и нестабильности, чего всегда опасаются управляющие. Поэтому не склонные к риску управляющие уклоняются от политики максимизации прибыли.

Сторонники модели максимизации прибыли выдвигают в ответ три главных аргумента:

1. существует слишком мало эмпирических свидетельств, подтверждающих справедливость любой из рассмотренных в этой главе моделей, включая модель максимизации прибыли;
2. что бы ни говорили управляющие относительно мотивов своего поведения, если они действуют так, словно пытаются максимизировать прибыль, то модель максимизации прибыли будет справедлива;
3. когда существует сильная конкуренция, фирма, не максимизирующая свою прибыль, погибает.

В подтверждение этих аргументов можно выдвинуть по меньшей мере пять положений.

1. Без прибыли невозможно выжить в условиях конкуренции. Необходимо учитывать сильную конкуренцию, с которой встречаются фирмы не только на рынке, где они продают свои товары, но и на финансовом рынке, где они получают кредиты. Чем выше прибыль фирмы, тем ей легче удержаться на обоих рынках. Соответственно, действует тенденция к погоне за максимальными прибылями.

2. Вознаграждение управляющих тесно увязано с прибыльностью. Недавние исследования показали, что разрыв между интересами владельцев и управляющих скорее кажущийся, чем реальный. Более того, около 40% акций корпораций принадлежит финансовым учреждениям, и эта доля постоянно растет. Эти учреждения имеют все необходимое для вмешательства в управление корпорацией. Руководители корпораций хорошо знают об этих возможностях, и это дает сильный стимул к максимизации прибыли.
3. Модель максимизации прибыли наилучшим образом объясняет и прогнозирует поведение фирмы. Предположение о том, что поведение управляющих определяется их стремлением к максимальным прибылям, возможно, слишком упрощает многогранные задачи корпорации. Однако это будет несущественным до тех пор, пока основанная на нем модель позволяет понять и предсказать поведение коммерческой фирмы.
4. Модель максимизации прибыли исключительно удобна для анализа затрат. Прежде чем управляющий примет решение, максимизировать ли ему прибыль или двинуться в ином направлении, он должен сопоставить затраты с предполагаемой выгодой.
5. Модель максимизации прибыли позволяет глубже понять соотношение между затратами и выгодами при долгосрочном и краткосрочном планировании. Это становится особенно заметным при решении вопросов, связанных с социальной ответственностью фирмы перед обществом. Стремление фирмы к прибыли часто сдерживается ее обязанностями перед обществом. Большая их часть определяется правительством, однако в отдельных случаях руководители фирмы по собственной инициативе принимают на себя социальную ответственность. Здесь, однако, встает вопрос: как долго фирма будет нести тяготы социальных программ, не получая взамен соизмеримых выгод, особенно в краткосрочной перспективе?
Некоторые предусмотрительные фирмы, не отказываясь от своих целей максимизации прибыли, приступают к исполнению программ, направленных на получение отдаленных выгод как для себя, так и для общества в целом. Такие фирмы в определенных пределах жертвуют частью своих краткосрочных прибылей, чтобы гарантировать максимизацию прибыли в перспективе.

Источник: https://studfile.net/preview/2384752/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Институциональная природа фирмы: Виды фирм по типу построения внутренней структуры управления: обзорная классификация.
2. Рыночный спрос: объем спроса, функция спроса, цена спроса и кривая спроса. Прямая и обратная функции спроса. Детерминанты рыночного спроса. Изменения величины спроса и изменения в спросе, их графическая интерпретация. Индивидуальный и рыночный спрос
3. Потребительский выбор и нефункциональный спрос. Виды нефункционального спроса.
4. Экономические потребности. Варианты классификаций потребностей.
5. Теория предельной полезности: кардиналистский (количественный) подход.
Ординалистский (порядковый) подход к анализу полезности и спроса.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии

Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Экономическая концепция эластичности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Маржинальный (предельный) доход, его связь с кривого спроса	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
3.	Другие показатели эластичности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса

Текст лекции.

Тема 1. **Экономическая концепция эластичности**

1. Понятие рыночного спроса

Рыночный спрос характеризует общий объем спроса всех потребителей при каждой данной цене данного блага.

Суммарная рыночная кривая спроса образуется в результате сложения по горизонтали индивидуальных кривых спроса (рис. 12.2).

Зависимость рыночного спроса от рыночной цены определяется посредством суммирования объемов спроса всех потребителей при данной цене.

Графический способ суммирования объемов спроса всех потребителей изображен на рис. 12.2.

Необходимо иметь в виду, что на рынке функционируют сотни и тысячи потребителей и объем спроса каждого из них может быть представлен в виде точки. В таком варианте точка спроса А показывается на кривой DD (рис. 12.2, в).

Кривая спроса у каждого потребителя своя, т. е. она отличается от кривых спроса других потребителей, ибо люди неодинаковы. Некоторые имеют высокий доход, а другие - низкий. Некоторые желают кофе, а другие - чай. Чтобы получить общую рыночную кривую, необходимо рассчитать общую сумму потребления всех потребителей при каждом заданном уровне цены.

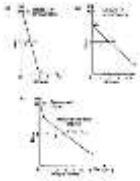


Рис. 12.2. Построение рыночной кривой на основе индивидуальных кривых спроса

Кривая рыночного спроса, как правило, имеет меньший наклон в сравнении с кривыми индивидуального спроса, что означает, что при понижении цены блага объем рыночного спроса увеличивается в большей степени, чем объем спроса отдельного потребителя.

Рыночный спрос может быть рассчитан не только графическим способом, но и посредством таблиц и аналитическим методом.

Основными факторами рыночного спроса являются:

доходы потребителей;

предпочтения (вкусы) потребителей;

цена данного блага;

цены товаров-заменителей и дополняющих благ;

количество потребителей данного блага;

численность населения и его возрастная структура;

распределение доходов среди демографических групп населения;

внешние условия потребления;

реклама;

стимулирование сбыта;

размер домашнего хозяйства, зависящий от количества проживающих вместе людей. Например, тенденция к сокращению размеров семьи приведет к увеличению спроса на квартиры в многоквартирных домах и сокращению спроса на отдельные дома.

2. Эластичность спроса

Эластичность - степень реагирования одной переменной величины в ответ на изменение другой, связанной с первой величиной.

Понятие "эластичность" ввел в экономическую литературу А. Маршалл (Великобритания), его идеи были развиты Дж. Хиксом (Великобритания), П. Самуэльсоном (США) и др.

Способность одной экономической переменной реагировать на изменение другой может быть проиллюстрирована различными методами, исходя из выбранных единиц измерения. В целях унификации выбора единиц измерения используется метод измерения в процентах.

Количественную меру эластичности можно выразить посредством коэффициента эластичности.

Коэффициент эластичности - это числовой показатель, показывающий процентное изменение одной переменной в результате однопроцентного изменения другой переменной. Эластичность может изменяться от нуля до бесконечности.

Виды эластичности. Выделяют следующие виды эластичности:

эластичность спроса по цене;
эластичность спроса по доходу;
эластичность предложения по цене;
перекрестная эластичность спроса по цене;
точечная эластичность спроса;
дуговая эластичность спроса;
эластичность соотношения цен и заработной платы;
эластичность технического замещения;
эластичность прямой линии.

Формы эластичности. Эластичность спроса по цене выступает в следующих основных формах:

эластичный спрос (ED > 1). Ситуация, при которой величина спроса изменяется в большей степени, чем цены. Например, рост цены на 1% вызывает снижение величины спроса на 4%;

неэластичный спрос (ED < 1). Ситуация, при которой величина спроса изменяется в меньшей степени, чем цена. Например, рост цены на 1% приводит к снижению спроса лишь на 0,3%;

единичная эластичность спроса (ED =1). Она возникает в том случае, когда на каждый 1% изменения цены количество спроса изменяется на 1%;

совершенно эластичный спрос (ED = ~). Ситуация, при которой величина спроса бесконечно изменяется при малом изменении цены. В этом случае кривая спроса строго горизонтальна;

совершенно неэластичный спрос (ED = 0). Ситуация, при которой величина спроса абсолютно не меняется при изменении цены. Такой спрос представлен вертикальной кривой спроса.

Деление эластичности на указанные формы достаточно условно, поскольку разные блага имеют разный коэффициент эластичности. Так, основные продукты питания имеют низкую эластичность спроса по цене. А предметы роскоши, наоборот, обладают более высокой эластичностью по цене. Эластичность может изменяться в зависимости от фактора времени, от групп населения, от наличия товаров-субститутов.

Нельзя отождествлять эластичность и наклон кривой спроса, ибо это разные понятия. Различия между ними можно проиллюстрировать на эластичности прямой линии спроса (рис. 13.1).

На рис. 13.1 мы видим, что прямая линия спроса в каждой точке имеет одинаковый наклон. Однако выше середины спрос эластичный, ниже середины спрос неэластичный. В точке, расположенной посередине, эластичность спроса равна единице.

Об эластичности спроса можно судить по наклону только вертикальной или горизонтальной линии.

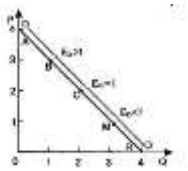


Рис. 13.1. Эластичность и наклон - разные понятия

Эластичность предложения выступает в следующих основных формах:

эластичное предложение, когда объем предложения изменяется на больший процент, чем цена. Эта форма характерна для долгого периода;

неэластичное предложение, когда объем предложения изменяется на меньший процент, чем цена. Эта форма характерна для короткого периода;

абсолютно эластичное предложение присуще долгому периоду. Кривая предложения строго горизонтальна;

абсолютно неэластичное предложение характерно для текущего периода. Кривая предложения строго вертикальна.

Основные формы перекрестной эластичности спроса:

положительная, характерна для взаимозаменяемых благ;

отрицательная, присуща взаимодополняемым благам;

нулевая, свойственна благам, не относящимся ни к взаимозаменяемым, ни к взаимодополняемым.

Основные формы эластичности спроса по доходу:

положительная, при которой объем спроса увеличивается с увеличением дохода. Эта форма относится к нормальным товарам, в частности к предметам роскоши;

отрицательная, при которой объем спроса сокращается с сокращением дохода. Эта форма характера для низших товаров, выступающих в виде некачественных благ;

нулевая, когда объем спроса не реагирует на изменение дохода. Она присуща благам, потребление которых нечувствительно к доходам. Это товары первой необходимости.

Основные формы использования эластичности в микроэкономическом анализе:

анализ поведения потребителя;

определение ценовой политики фирмы;

определение стратегии фирм и деловых предприятий, максимизирующей их прибыль;

выработка мероприятий государственного регулирования экономики, особенно политики занятости населения;

разработка структуры налогообложения;

прогнозирование изменений в расходах потребителей и в доходах продавцов из-за изменения цены благ.

3. Прогнозирование спроса

Прогнозирование спроса - это научно обоснованное предсказание развития рынка во времени на основе изучения причинно-следственных связей, тенденций и закономерностей.

Прогнозирование спроса в торговом предприятии — это прогноз будущих продаж, определение потребности в товарах и необходимых объемов закупок, составление заказов на поставку товаров.

В зависимости от времени различают следующие виды прогнозирования спроса:

оперативное — до 1 месяца;

конъюнктурное — от 3 до 6 месяцев;

краткосрочное — от 1 года до 2 лет;

среднесрочное — от 2 до 5 лет;

долгосрочное — от 5 до 10 лет;

перспективное — свыше 10 лет.

Методы прогнозирования спроса

Прогнозирование спроса осуществляется с помощью различных методов, которые подразделяют на:

эвристические, в которых преобладают субъективные начала:

социологические — основаны на опросах конечных покупателей, выявлении их мнений и намерений;

экспертные методы — основаны на подборе и формировании группы достаточно компетентных специалистов, которые высказывают свое мнение на основе знаний, опыта, интуиции, и оно рассматривается как экспертная оценка (метод Дельфи, метод мозгового штурма);

экономико-математические, где преобладают объективные начала:

статистические методы — моделирование (строится прогнозная модель, которая характеризует зависимость изучаемого параметра от ряда факторов), расчет коэффициента эластичности спроса, экстраполяция (базируется на прошлом опыте, который пролонгируется на будущее);

специальные методы (трендовые модели в графическом или математическом виде). Тренд — временной фактор, который характеризует основную тенденцию изменения показателей — учитывают особенности спроса на различные товары (товары длительного пользования —

тестирование рынка, панельные опросы; товары единовременного пользования — метод пробных покупок, повторных покупок).

Тема 2. Маржинальный (предельный) доход, его связь с кривого спроса.

1.Теория и анализ производства

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ - функция, отображающая зависимость между максимальным объемом производимого продукта и физическим объемом факторов производства при данном уровне технических знаний.

Поскольку объем производства зависит от объема использованных ресурсов, то зависимость между ними может быть выражена в виде следующей функциональной записи:

Q = f(L,K,M),

где Q - максимальный объем продукции, произведенной при данной технологии и определенных факторах производства;

L - труд; К - капитал; М - материалы; f - функция.

Производственная функция при данной технологии обладает свойствами, которые определяют соотношение между объемом производства и количеством используемых факторов. Для разных видов производства производственные функции различны, тем не менее все они имеют общие свойства. Можно выделить два основных свойства.

1. Существует предел для роста объема выпуска, который может быть достигнут ростом затрат одного ресурса при прочих равных условиях. Так, в фирме при фиксированном количестве машин и производственных помещений имеется предел роста выпуска путем увеличения дополнительных рабочих, поскольку рабочий не будет обеспечен машинами для работы.
2. Существует определенная взаимная дополняемость (комплектарность) факторов производства, однако без уменьшения объема выпуска вероятна и определенная взаимозаменяемость данных факторов производства. Так, для выпуска блага могут быть использованы различные комбинации ресурсов; можно произвести это благо при использовании меньшего объема капитала и большего объема затрат труда, и наоборот. В первом случае производство считается технически эффективным в сравнении со вторым случаем. Однако существует предел того, насколько труд может быть заменен большим объемом капитала, чтобы не сократилось производство. С другой стороны, имеется предел применения ручного труда без использования машин.

В графической форме каждый вид производства может быть представлен точкой, координаты которой характеризуют минимально необходимые для выпуска данного объема продукции ресурсы, а производственная функция - линией изокванты.

Рассмотрев производственную функцию фирмы, перейдем к характеристике следующих трех важных понятий: общего (совокупного), среднего и предельного продукта.

На рис. 22.1, а показана кривая общего продукта (TP), который изменяется в зависимости от величины переменного фактора X. На кривой TP отмечены три точки: B - точка перегиба, C - точка, которая принадлежит касательной, совпадающей с линией, соединяющей данную точку с началом координат, D - точка максимального значения TP. Точка A перемещается по кривой TP. Соединив точку A с началом координат, получим линию OA. Опустив перпендикуляр из точки A на ось абсцисс, получим треугольник OAM, где tg a есть отношение стороны AM к OM, т. е. выражение среднего продукта (AP).

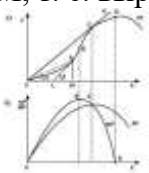


Рис. 22.1. а) Кривая общего продукта (TP); б) кривая среднего продукта (AP) и предельного продукта (MP)

Проведя через точку A касательную, получим угол P, тангенс которого будет выражать предельный продукт MP. Сопоставляя треугольники LAM и OAM, находим, что до определенного момента тангенс P по величине больше tg a. Таким образом, предельный

продукт (MP) больше среднего продукта (AP). В том случае, когда точка А совпадает с точкой В, тангенс Р принимает максимальное значение и, следовательно, предельный продукт (MP) достигает наибольшего объема. Если точка А совпадает с точкой С, то значение среднего и предельного продукта равны. Предельный продукт (MP), достигнув максимального значения в точке В (рис. 22, б), начинает Сокращаться и в точке С пересечется с графиком среднего продукта (AP), который в этой точке достигает максимального значения. Затем и предельный, и средний продукт сокращаются, но предельный продукт уменьшается опережающими темпами. В точке максимума общего продукта (TP) предельный продукт MP = 0.

Мы видим, что наиболее эффективное изменение переменного фактора X наблюдается на отрезке от точки В до точки С. Здесь предельный продукт (MP), достигнув своего максимального значения, начинает уменьшаться, средний продукт (AP) еще увеличивается, общий продукт (TP) получает наибольший прирост.

В теории маржинального анализа (анализа безубыточности) выделяется такое понятие, как маржинальный доход, рассчитываемый в целом по предприятию как разность между выручкой и совокупными переменными затратами. Для единичного изделия маржинальный доход рассчитывается как разница между ценой реализации и удельными переменными затратами на единицу продукции.

Маржинальный анализ призван обеспечить объективную оценку состояния резервов производства и степени их использования, очевидный реальный дефицит или избыток ресурсов. На базе операционного анализа разрабатываются пути мобилизации резервов, возможности их ресурсного и финансового обеспечения.

Экономический смысл маржинального дохода заключается в том, что он обеспечивает покрытие постоянных затрат и формирует чистую прибыль от основной деятельности предприятия. Маржинальный доход (прибыль) – это предельная прибыль, которую может получить предприятие от производства и продажи каждого вида продукта.

Концепция маржинального дохода вписывается в метод управления и учета затрат, получивший название директ-костинг. Суть данного метода состоит в том, что к себестоимости относятся только прямые затраты, накладные же расходы, не зависящие от объема продаж, в себестоимость продукции не включаются, а периодически списываются на финансовый результат.

Основной смысл данной концепции в том, что самая точная калькуляция не та, в которую после трудоемких расчетов и распределения накладных расходов в соответствии с принятой на предприятии базой включаются все затраты предприятия, а та, в которую вносятся издержки, непосредственно обеспечивающие выпуск данной продукции.

В практической деятельности зачастую возникает ситуация, когда в выпускаемом предприятием ассортименте существуют отдельные продукты с отрицательной рентабельностью по себестоимости, но имеющие положительный маржинальный доход. Такие продукты полностью покрывают переменные затраты, связанные с их производством, и часть общих постоянных затрат предприятия.

Более глубокий анализ эффективности выпускаемой продукции с использованием понятия маржинального дохода показывает, что снятие с производства продукта с отрицательной рентабельностью по себестоимости не всегда оказывается оправданным и зачастую приводит к парадоксальным на первый взгляд результатам в виде снижения прибыли предприятия в целом.

Как правило, в операционном анализе наиболее часто используются следующие показатели: Коэффициент маржинального дохода; Коэффициент изменения валовых продаж; Коэффициент валового дохода; Коэффициент операционной прибыли; Прибыльность продаж.

1. Коэффициент маржинального дохода, который рассчитывается как отношение маржинального дохода к выручке:

КМД = (выручка - совокупные переменные затраты) / выручка

Данный коэффициент показывает в выручке долю, идущую на покрытие постоянных затрат и обеспечение прибыли. Рост данного коэффициента является положительным фактором, он

возможен за счет повышения отпускных цен или снижения переменных затрат. Возможна ситуация, при которой выручка у предприятия

2. Коэффициент изменения валовых продаж. Показатель характеризует изменение объема валовых продаж текущего периода по отношению к объему валовых продаж предыдущего периода. Рассчитывается по формуле:

КВП = (Выручка за текущий год - Выручка за прошлый год) / Выручка за прошлый год

Следует иметь в виду то что, данный показатель содержит в себе инфляционную компоненту, что приводит к некоторому искажению значений данного показателя.

3. Коэффициент валового дохода (или коэффициент валовой маржи). Валовый доход (сумма для покрытия постоянных затрат и формирования прибыли) определяется как разница между выручкой и переменными затратами. Формула расчета:

КВД = Валовый доход / Выручка от реализации

Коэффициент валового дохода (валовой маржи) служит для оценки прибыльности продаж предприятия. По определению, валовой доход должен покрыть издержки, связанные с общим управлением компании и реализацией готовой продукции и, кроме того, обеспечить прибыль предприятию.

Иными словами коэффициент способность менеджмента компании управлять производственными издержками. Чем выше этот показатель, тем успешнее менеджмент предприятия управляет производственными издержками.

4. Коэффициент операционной прибыли (операционной маржи), характеризует отношение операционной прибыли, т.е. валового дохода за вычетом общих, административных и реализационных издержек, к объему продаж. Коэффициент рассчитывается по формуле:

КОП = Операционная прибыль / Выручка от продаж

Данный показатель показывает, насколько эффективна собственно производственная деятельность предприятия.

5. Прибыльность продаж или коэффициент чистой прибыли, формула расчета имеет вид:

КПП = Чистая прибыль / Выручка от реализации

Источник: https://studfile.net/preview/2384752/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Индексы цен, номинального и реального дохода. Индексы цен и реального дохода. Их использование в оценке изменений благосостояния потребителя.
2. Понятие неопределенности и риска. Методы оценки риска: априори, апостериори.
3. Функция полезности и вероятности. Расчет предполагаемой стоимости инвестиционного проекта.
4. Риск и убывающая предельная полезность. Отношение к риску со стороны разных экономических агентов.
5. Рыночное предложение: объем предложения, функция предложения, цена предложения и кривая предложения. Прямая и обратная функции предложения. Детерминанты рыночного предложения. Изменения объема предложения и изменения в предложении, их графическая интерпретация. Индивидуальное и рыночное предложение.
6. Сходство и различие микроэкономической теории потребления и теории производства.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Экономика туристской фирмы

Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Производственная функция	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях

Текст лекции.

Тема 1-2. Производственная функция. Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях.

1. Производственная функция в краткосрочном и долгосрочном периоде.
2. Закон убывающей отдачи и его связь с тремя стадиями производства.
3. Формы производственной функции, статистические методы их оценки.
4. Значение производственных функций в принятии управленческих решений.
5. Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях.
6. Виды издержек: альтернативные и прямые, невозвратные и дополнительные.

7. Издержки и производство, общие переменные и маржинальные издержки. Функция издержек в краткосрочном и долгосрочном периоде.

8. Кривая производительности, ее значение в снижении издержек. Эффект охвата, его связь с эффектом масштаба.

Вопрос 1. Производственная функция в краткосрочном и долгосрочном периоде Теория производства изучает, прежде всего, соотношение между количеством применяемых ресурсов и объемом выпуска. Методологически теория производства во многом симметрична теории потребителя с тем лишь отличием, что основные ее категории имеют не субъективно-психологическую, а объективную природу и могут быть измерены, в определенных единицах. Для того чтобы описать поведение фирмы, необходимо знать, какое количество продукта она может произвести, используя ресурсы в тех или иных объемах. Исходным пунктом такого анализа служит производственная функция. Она была разработана в 1890 г. английским математиком А. Бери, помогавшим А. Маршаллу при подготовке математического приложения к работе «Принципы экономической науки». Производственная функция – это функция, описывающая зависимость количества продукта, которое может произвести фирма, от объема затрат ресурсов. Производственная функция во многом похожа на функцию полезности в теории потребителя. Это объясняется тем, что по отношению к ресурсам фирма ведет себя как потребитель, и производственная функция характеризует именно эту сторону производства – производство как потребление. Производственной функции присущи наиболее общие свойства функции полезности. Она описывает множество технически эффективных способов производства (технологий). Каждая технология характеризуется определенной комбинацией ресурсов, необходимых для получения единицы продукции. В теории производства традиционно используется двухфакторная производственная функция, в которой объем производства – функция использованных ресурсов труда и капитала. Краткосрочная производственная функция является только функцией от труда (либо капитала, в зависимости от технологии), поскольку капитал в этом случае становится постоянным параметром: Существует определенный предел роста объема производства при увеличении одного фактора, в то время как остальные факторы остаются постоянными. Это свойство получило название закона убывающей производительности, или убывающей отдачи. Этот закон характерен для производственной функции в краткосрочном периоде с одним переменным фактором, при этом какая-то часть вводимых факторов производства не изменяется (остается постоянной). В долгосрочном периоде все вводимые ресурсы являются переменными факторами производства, т. е. при изменении любого из них, уровень выпуска продукции должен меняться. Вопрос 2. Закон убывающей отдачи и его связь с тремя стадиями производства В теорию производства вводятся понятия краткосрочного и долгосрочного периодов. Краткосрочный период – период производства, в течение которого определенные производственные ресурсы не могут быть изменены, например, ограничение производственных мощностей. Долгосрочный период – период времени, в течение которого производители могут изменить все факторы производства, используемые для изготовления продукта. В краткосрочном периоде при данном уровне технологии производства и сохранении на постоянном уровне прочих факторов производства дополнительная единица единственного переменногофактора ведет к возрастанию выпуска продукции на единицу вводимого фактора производства вплоть до некоторой точки. Но, в конце концов, по мере увеличения абсолютного значения переменного фактора достигается такая точка, за пределами которой дальнейший прирост переменного вводимого фактора производства ведет к сокращению дохода на дополнительную единицу вводимого фактора производства. Другими словами, начинает действовать закон убывающей отдачи от введения переменного фактора. Действию закона убывающей отдачи починяются: 1. Соотношение между общим выпуском продукции и предельным продуктом. Предельный продукт (MP) – это рост общего продукта в связи с увеличением применения данного ресурса на единицу: 2. Соотношение между средним выпуском продукции и предельным продуктом. Исходя из динамики среднего и предельного продукта, можно рассмотреть три стадии производства в краткосрочном периоде.

I – стадия роста, становления, когда очень резко начинает расти TP (общий продукт), увеличивается AP (средний продукт), а MP достигает максимума. Рациональный предприниматель не задержится на данной стадии производства, так как привлечение дополнительной единицы переменного ресурса увеличивает общий продукт. II – стадия стабильной работы фирмы, она предпочитает работать в данном диапазоне объема используемого ресурса, когда предельный продукт данного ресурса положительный, т. е. имеется положительный прирост выпуска продукции. III – стадия неэффективного производства, так как функция предельного продукта становится отрицательной и общий выпуск продукции убывает. На этой стадии выпуск продукции представляется совершенно нерациональным. Объем применения ресурса, при котором достигается максимум среднего продукта, называется экстенсивным пределом его участия в производстве; при достижении нулевого предельного продукта имеет место интенсивный предел участия ресурса в производстве. Способность распознавать технологические пределы важна при определении момента, когда данная технология, машина, процесс устаревают. Закон убывающей отдачи переменного фактора действует только в краткосрочный период и используется для определения условий минимизации издержек. Объем выпуска продукции, при котором достигаются ACmin, называется производственной мощностью фирмы. Вопрос 3. Формы производственной функции, статистические методы их оценки Линейную зависимость выпускаемой продукции от используемых ресурсов представляет линейная производственная функция: Производственная функция Леонтьева также называется производственной функцией с фиксированными пропорциями, так как предполагается, что соотношение между используемыми ресурсами – фиксированная величина. Типичной формой производственной функции долгосрочного периода является функция Кобба-Дугласа, находящаяся между крайними значениями, представляемыми линейной и леонтьевской функциями, и имеющая вид: где A, a, b – положительные постоянные коэффициенты, характеризующие технологию производства; L, K – количество применяемых ресурсов труда и капитала. В производственной функции Кобба-Дугласа устанавливается нелинейная зависимость между объемом выпускаемой продукции и используемыми ресурсами, отсутствует фиксированность соотношения между используемыми ресурсами, а также предполагается, что ресурсы могут в определенной степени замещать друг друга. Статистика обычно определяет эти коэффициенты для отдельных отраслей. Каждый из показателей степени меньше единицы. Степенные показатели отражают, на сколько процентов увеличится продукция, если увеличить на 1 % соответственно количество капитала и труда, каждый раз оставляя количество другого фактора фиксированным. Величина A есть коэффициент пропорциональности и ее можно трактовать также как величину, учитывающую все качественные факторы производства. Вопрос 4. Значение производственных функций в принятии управленческих решений Расширение производства возможно различными путями. При сохранении неизменной технической базы увеличить выпуск можно за счет увеличения объемов всех видов ресурсов. При этом происходит увеличение масштаба производства. Для анализа увеличения масштабов используется понятие отдачи от масштаба. При убывающей отдаче от масштаба невыгодно создавать крупное производство. Причиной низкой эффективности в таком случае, как правило, являются дополнительные затраты, связанные с управлением подобным производством, сложности координации крупного производства. Возрастающая отдача от масштаба, как правило, характерна для тех производств, где возможна широкая автоматизация производственных процессов, применение поточных и конвейерных линий. Но с тенденцией возрастающей отдачи от масштаба нужно быть очень осторожным. Рано или поздно она превращается в постоянную, а затем и в убывающую отдачу от масштаба. Степенные производственные функции, включая функции типа Кобба Дугласа, обладают ценным свойством, а именно: их эластичность по отношению к любому переменному вводимому фактору производства численно равна величине показателя степени конкретной степенной функции. Более того, сумма показателей степеней всех переменных данной степенной функции представляет собой численной значение эластичности уровня

выпуска продукции, которая в свою очередь, измеряет эффект масштаба. По этой причине функция Кобба – Дугласа используется во многих исследованиях, связанных с оценкой экономической эффективности увеличения масштаба производства. Многие из этих исследований подтверждают вывод о том, что существует очень широкий диапазон размеров предприятий (производств), для которых характерна неизменность эффекта масштаба, т. е. отсутствие увеличения экономической эффективности при расширении этих производств. Вопрос 5. Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях Существуют два подхода к трактовке издержек, каждый из которых имеет свою область применения. Согласно первому из них, издержки определяются как стоимость израсходованных ресурсов в фактических ценах их приобретения. Эти издержки экономисты называют бухгалтерскими (явными). Согласно второму подходу – как стоимость других благ, которые можно было бы получить при наиболее выгодном использовании тех же ресурсов. В этом случае говорят об альтернативных издержках (цене выбора). Для оценки деятельности фирмы определяющее значение имеет категория альтернативных издержек. Эти издержки представляют одно из фундаментальных понятий экономической теории. Альтернативные издержки возникают в условиях ограниченных ресурсов, и поэтому все желания людей не могут быть удовлетворены. Если бы ресурсы были безграничны, то ни одно действие не осуществлялось бы за счет другого, т. е. альтернативные издержки любого действия были бы равны нулю. Очевидно, что в реальных условиях при ограниченных ресурсах альтернативные издержки положительны. Строго говоря, под издержками в экономической теории всегда понимаются альтернативные издержки, и поэтому бухгалтер и экономист вполне могут по-разному определить издержки некоторого действия. Для бухгалтера имеют значение денежные расходы на ресурсы, необходимые для производства продукции. Для экономиста эти денежные расходы могут быть неточным отражением альтернативных издержек на приобретение ресурсов, если по каким-то причинам рынок не обеспечивает оценку этих ресурсов по самой высокой стоимости их альтернативного использования. Кроме того, экономист стремится учесть все выгоды, принесенные в жертву благодаря данному действию. Распространенным примером альтернативных издержек являются издержки фирмы, управляемой ее владельцем и использующей помимо внешних факторов производства время производителя, его организаторские и управленческие способности (в совокупности называемые предпринимательством). Труд собственника может быть продан другим производителям, и жалованье, которое может быть получено в другом месте, является альтернативными издержками использования указанных выше способностей в фирме, управляемой ее владельцем. Помимо издержек, связанных с использованием предпринимательских способностей и труда собственника, существуют также издержки, для подсчета которых надо оценить выгоду, упущенную из-за не самой высокой эффективности применения собственных денежных средств, станков, оборудования, зданий и т. п. Бухгалтерские издержки вместе с альтернативными издержками составляют общие издержки фирмы. Вопрос 6. Виды издержек: альтернативные и прямые, невозвратные и дополнительные Деление издержек на явные и альтернативные является одной из возможных их классификаций. Существуют и другие виды классификации, такие как деление издержек на прямые и косвенные (накладные), невозвратные и допонительные. Прямые издержки – это такие издержки, которые можно полностью отнести к товару или услуге. К ним относятся: стоимость сырья и материалов, используемых при производстве и реализации товаров и услуг; заработная плата рабочих (сдельная), непосредственно занятых производством товаров; иные прямые затраты (все расходы, которые так или иначе непосредственно связаны с товаром). Косвенные (накладные) издержки – это издержки, не связанные напрямую с тем или иным товаром, а относятся к фирме в целом. Они включают: расходы на содержание административного аппарата, арендную плату, амортизацию, проценты за кредит и т. п. При выработке решений менеджеры выявляют и учитывают только затраты, которые имеют отношение к данному конкретному решению. Под релевантными затратами подразумеваются затраты, влияющие на ситуацию, в которой вырабатывается решение. Составной частью

понятия релевантных затрат является понятие дополнительных затрат, т. е. затрат которые могут измениться в результате принятого решения. Затраты, не меняющиеся в результате принятого решения, называются невозвратными. Если издержки связаны с продолжением производственного процесса в сфере обращения (например, расходы, связанные с доставкой, хранением, реализацией товара, его возможной доработкой, фасовкой), они называются дополнительные издержки обращения. Вопрос 7. Издержки и производство, общие переменные и маржинальные издержки. Функция издержек в краткосрочном и долгосрочном периоде В краткосрочном периоде выделяют общие, постоянные, переменные, средние и предельные затраты. Общие (валовые) затраты (TC) – это сумма всех затрат для производства данного товара. Постоянные или фиксированные затраты (FC) – это затраты, которые не зависят от объема выпуска продукции. К ним, как правило, относятся арендная плата, расходы на рекламу, обслуживание банковских займов, в некоторых случаях – оплата труда директора и управленческого персонала. Переменные затраты (VC) – это затраты, величина которых зависит от объема выпускаемой продукции. К ним относятся затраты на сырье, топливо и электроэнергию, оплата рабочей силы и т. д. Величину общих затрат можно представить как сумму постоянных и переменных затрат: TC = FC + VC. График общих затрат (TC) повторяет конфигурацию переменных затрат (VC), поднятую над началом координат на величину постоянных затрат. Любого производителя интересует, во сколько ему обходятся затраты на производство единицы продукции в среднем. Выделяют средние общие затраты (ATC), средние переменные затраты (AVC) и средние постоянные затраты (AFC). Средние постоянные затраты (AFC) – представляют собой постоянные затраты, приходящиеся на единицу продукции. По мере увеличения объема выпуска средние постоянные затраты будут уменьшаться. Они определяются путем деления постоянных затрат на количество выпускаемой продукции: AFC = FC/Q Средние переменные затраты (AVC) – представляют собой переменные затраты, приходящиеся на единицу продукции, и получаются путем деления переменных затрат на объем выпускаемой продукции: AVC = VC/Q. Средние общие затраты (ATC) – показывают общие затраты на единицу продукции и определяются по формуле: ATC = TC/Q = FC/Q + VC/Q = AFC + AVC. Предельные (маржинальные) издержки (MC) – это дополнительные издержки, связанные с производством дополнительной единицы продукции. Основное отличие затрат фирмы в длительном промежутке времени от краткосрочного периода заключается в том, что все затраты на долгосрочных временных интервалах становятся переменными величинами. Вопрос 8. Кривая производительности, ее значение в снижении издержек. Эффект охвата, его связь с эффектом масштаба. Кривая производительности — это линия, показывающая связь между затратами на оплату труда и дополнительными единицами продукции. Ее отрицательный наклон указывает на то, что дополнительные издержки на единицу продукции снижаются при увеличении уровня выпуска, потому что работники улучшают свои навыки. Снижение издержек благодаря этому источнику улучшения часто называют эффектом кривой производительности. Эффект охвата, возникает при наличии фактора производства, который может быть использован одновременно для выпуска нескольких видов продукции и затраты распределяются на множество различных видов продукции, использующих одно и то же производственное оборудование. Действие двух эффектов: масштаба и охвата позволяет неприбыльным предприятиям преодолевать нижнюю границу рентабельности с помощью специализации, обеспечивающей повышение производительности труда и снижение себестоимости выпускаемой продукции. Концепция затрат и анализ функции затрат имеют первостепенное значение для определения стратегии поведения фирмы на рынке

Источник:
https://elib.psu.by/bitstream/123456789/19274/3/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F%203.pdf?ysclid=lh8tmtavhs213760905

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Эластичность спроса и предложения: понятие, виды эластичности, Методы измерения.

2. Взаимодействие спроса и предложения. Понятие избыточного спроса. Рыночное равновесие и тождественность нулю избыточного спроса. Равновесная цена. Алгебра рыночного равновесия в случае линейных кривых спроса и предложения.
3. Рыночное равновесие по Вальрасу и по Маршаллу. Сопоставление подходов.
4. "Паутинообразная" квазидинамическая модель рыночного равновесия Аллена.
5. Государственное регулирование товарного рынка: воздействие на рыночное равновесие потоварного (индивидуального акцизного) налога, потоварной дотации и фиксированного уровня цены.
6. Влияние потоварного налога (акциза), потоварной дотации, фиксированного уровня цены на излишки потребителей и производителей.
7. Защита национального рынка от иностранной конкуренции. Воздействие импортных квот и тарифов на равновесие рынка благ.
8. Явные (внешние) и неявные (имплицитные) затраты производства. Альтернативные затраты. Экономическая и бухгалтерская прибыль.
9. Текущие издержки производства в краткосрочном периоде. Классификация полных текущих издержек по критерию функциональной зависимости от объемов производства: общие постоянные, общие переменные и общие валовые издержки. Графическая интерпретация.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Экономика туристской фирмы

Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Риск и неопределенность.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации.	Информационная лекция Обзорная лекция

	Функции правительства в рыночной экономике.	Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

Текст лекции.

Тема 1-2. Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений. Риск и неопределенность.

1. Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений.

2. Методы оценки программы капиталовложений: метод чистой дисконтированной стоимости и метод внутреннего коэффициента окупаемости.

3. Стоимость капитала, определение понятия, исчисление стоимости капитала компании.

4. Риск и неопределенность. Источники делового риска. Расчет различных параметров риска. Измерение степени риска, распределение вероятностей.

5. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений в условиях риска, адаптированная к риску ставка дисконта. Эквиваленты определенности.

Вопрос 1. Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений Экономический анализ эффективности инвестиций необходим в тех случаях, когда менеджер фирмы принимает решение о приобретении основного капитала (строительство зданий и сооружений, покупка машин и оборудования с целью расширения производства). Эти решения учитывают расходы денежных средств (издержки) на начальной стадии и их поступление (доходы), которое начинается позже и продолжается в течение длительного периода. На основе экономического анализа эффективности инвестиций, учитывающих оценку будущих потоков денежных средств в различные периоды, менеджер должен привязать их к конкретной временной точке. Приведение к моменту времени в прошлом называют дисконтированием. Дисконтирование – это определение стоимости денежного потока, путем приведения стоимости всех денежных поступлений к определенному моменту времени. Дисконтирование является базой для расчетов стоимости денег с учетом фактора времени, и выполняется путем умножения будущих денежных потоков (потоков платежей) на коэффициент дисконтирования. Дисконтированная стоимость выражает стоимость будущих потоков платежей в значении текущих потоков платежей. Модель дисконтированной стоимости позволяет определить, какой объем финансовых вложений намерен сделать инвестор для получения определенного денежного потока через заданный срок. Расчет дисконтированной стоимости зависит от ставки дисконтирования. С одной стороны ставка дисконтирования – это та норма доходности (в %), которую необходимо получить инвестору на вложенный капитал. Проект является привлекательным для инвестора, если его норма доходности превышает ставку дисконтирования для любого другого способа вложения капитала с аналогичным риском. С другой стороны ставка дисконтирования отражает стоимость денег с учетом временного фактора и рисков, так как деньги, полученные в настоящий момент, более предпочтительны, чем деньги, которые будут получены в будущем. Ставка дисконтирования может включать в себя: – минимальный гарантированный уровень доходности; – темп инфляции; – коэффициент, учитывающий степень риска конкретного инвестирования. Основой для расчета ставки дисконтирования может служить

кредитная ставка для конкретного заемщика или уровень доходности облигаций, имеющихся на рынке. Эти показатели нуждаются в существенной корректировке на риски инвестиций в аналогичный бизнес. С помощью дисконтирования менеджер может приводить в соизмеримый вид произведенные затраты и получаемые в разное время доходы, что дает возможность правильно оценить эффективность осуществляемых вложений и сделать выбор в пользу наиболее выгодного инвестиционного проекта. Вопрос 2. Методы оценки программы капиталовложений: метод чистой дисконтированной стоимости и метод внутреннего коэффициента окупаемости Метод чистой текущей стоимости (NPV) состоит в следующем. 1. Определяется текущая стоимость затрат (Io), – решается вопрос, сколько инвестиций нужно зарезервировать для проекта. 2. Рассчитывается текущая стоимость будущих денежных поступлений от проекта, для чего доходы за каждый год CFt приводятся к текущей дате. 3. Текущая стоимость инвестиционных затрат (Io) сравнивается с текущей стоимостью доходов (PV). Разность между ними составляет чистую текущую стоимость проекта (NPV). NPV показывает чистые доходы или чистые убытки инвестора от помещения денег в проект по сравнению с хранением денег в банке. Если NPV > 0, то можно считать, что инвестиции увеличат доход организации и их следует осуществлять. При NPV < 0 доходы от предложенных инвестиций недостаточно высоки, чтобы компенсировать риск, присущий данному проекту (или с точки зрения цены капитала не хватит денег на выплату дивидендов и процентов по кредитам) и инвестиционный проект должен быть отклонен. Если капитальные вложения, связанные с предстоящей реализацией проекта, осуществляют в несколько этапов (интервалов), то расчет показателя NPV производят по следующей формуле: где CFt – приток денежных средств в период t; It – сумма инвестиций (затраты) в t-ом периоде; r – барьерная ставка (ставка дисконтирования); n – суммарное число периодов (интервалов, шагов) t = 1, 2, …n (или время действия инвестиции). Внутренняя норма доходности (IRR) – норма прибыли (барьерная ставка, ставка дисконтирования), при которой чистая текущая стоимость инвестиции равна нулю, или это та ставка дисконта, при которой дисконтированные доходы от проекта равны инвестиционным затратам. Внутренняя норма доходности определяет максимально приемлемую ставку дисконта, при которой можно инвестировать средства без каких-либо потерь для собственника. IRR = r, при котором NPV = f(r) = 0, Ее значение находят из следующего уравнения: где CFt –приток денежных средств в период t; It – сумма инвестиций (затраты) в t-ом периоде; n – суммарное число периодов (интервалов, шагов) t = 0, 1, 2, ..., n. Экономический смысл данного показателя заключается в том, что он показывает ожидаемую норму доходности (рентабельность инвестиций) или максимально допустимый уровень инвестиционных затрат в оцениваемый проект. IRR должен быть выше средневзвешенной цены инвестиционных ресурсов: Если это условие выдерживается, инвестор может принять проект, в противном случае он должен быть отклонен. Индекс доходности (DPI) рассчитывается, как отношение суммы всех дисконтированных денежных потоков (доходов от инвестиций) к сумме дисконтированного инвестиционного расхода. Результатом является дисконтированный индекс доходности. Формула для расчета дисконтированного индекса доходности: где CFt – приток денежных средств в период t; It – сумма инвестиций (затраты) в t-ом периоде; r – барьерная ставка (ставка дисконтирования); n – суммарное число периодов (интервалов, шагов) t = 0, 1, 2, ..., n. Срок окупаемости денежных потоков, генерируемых инвестиционным проектом, является важным показателем при инвестировании. Период окупаемости инвестиций – время, которое требуется, чтобы инвестиция обеспечила достаточные поступления денег для возмещения инвестиционных расходов. Общая формула для расчета срока окупаемости инвестиций: где Ток – срок окупаемости инвестиций; n – число периодов; CFt – приток денежных средств в период t; Io – величина исходных инвестиций в нулевой период. Вопрос 3. Стоимость капитала, определение понятия, исчисление стоимости капитала компании Капитал включает в себя все формы существования активов (природные богатства, средства производства, финансы). В любой своей форме капитал имеет определенную стоимость, уровень которой должен учитываться в процессе его вовлечения в экономический процесс: а) Для инвесторов и

кредиторов – требуемая норма доходности на предоставляемый в пользование капитал. б) Для организации – удельные затраты по привлечению и обслуживанию используемых финансовых средств. Рассчитывается по отдельным элементам и по организации в целом средневзвешенная стоимость капитала (ССК). Также рассчитывается предельная стоимость капитала – уровень стоимости каждой новой единицы, дополнительно привлекаемого организацией капитала. Стоимость функционирующего собственного капитала: а) в отчетном периоде: где Пр – сумма чистой прибыли, выплаченная собственникам в процессе ее распределения за отчетный период; СК – средняя сумма собственного капитала в отчетном периоде. б) в плановом периоде: где ПВ – планируемый темп роста выплат прибыли собственникам на единицу вложенного капитала. Стоимость нераспределенной прибыли последнего отчетного периода: Стоимость дополнительно привлекаемого акционерного (паевого) капитала: а) привилегированные акции: где Дпр – сумма дивидендов; Кпр – сумма собственного капитала, привлекаемого за счет эмиссии акций; ЭЗ – затраты по эмиссии акций. б) простые акции: где Ка – количество дополнительно эмитируемых акций; Дпа – сумма дивидендов на 1 простую акцию; ПВ – планируемый темп выплат дивидендов; Кпа – сумма собственного капитала, привлеченного за счет эмиссии простых акций. Стоимость заемного капитала: а) стоимость финансового кредита; б) стоимость капитала, привлекаемого за счет эмиссии облигаций; в) стоимость товарного кредита; г) стоимость внутренней кредиторской задолженности. Стоимость финансового кредита: а) стоимость банковского кредита: где ПК – ставка процента за кредит; Нпр – ставка налога на прибыль; ЗПб – уровень расходов по привлечению кредита. б) стоимость финансового лизинга: где ЛС – годовая лизинговая ставка; НА – годовая норма амортизации актива, привлеченного на условиях финансового лизинга; ЗПфл – уровень расходов по привлечению актива на условиях финансового лизинга. Стоимость капитала, привлекаемого за счет эмиссии облигаций: где СК – ставка купонного процента по облигации; ЭЗо – уровень эмиссионных затрат по отношению к объему эмиссии. Стоимость товарного кредита: где ЦС – ценовая скидка при осуществлении наличного платежа за продукцию; ПО – период предоставления отсрочки платежа за продукцию. Вопрос 4. Риск и неопределенность. Источники делового риска. Расчет различных параметров риска. Измерение степени риска, распределение вероятностей. Риск – это вероятность возникновения убытков или недополучения доходов по сравнению с прогнозируемым вариантом. Риск – объективно неизбежный элемент принятия любого хозяйственного решения; неопределенность – неизбежная характеристика условий хозяйствования. Риск определяет такую ситуацию, когда наступление неизвестных событий вероятно и может быть количественно оценено; неопределенность – когда вероятность наступления неизвестных событий заранее спрогнозировать и оценить количественно невозможно. Неопределенность характерна для многих решений, которые приходится принимать в быстро меняющихся обстоятельствах. Природа предпринимательского риска определена зависимостью «рискприбыль». Получение прибыли предпринимателем не гарантировано и вознаграждением за затраченное время, усилия, способности могут оказаться как прибыль, так и убытки. Можно выбрать решения, содержащие меньше риска, но при этом меньше будет и получаемая прибыль. Деловой (предпринимательский) риск обусловлен риском операционной деятельности компании, когда она не использует заемных средств. Можно выделить следующие основные факторы, определяющие деловой риск компании: 1) Неустойчивость спроса на товары и услуги компании. Деловой риск компании тем ниже, чем устойчивее спрос на ее товары. 2) Изменчивость цен на товары и услуги компании. Чем стабильнее цены на товары компании, тем ниже деловой риск. 3) Изменчивость цен на используемые ресурсы. Деловой риск тем выше, чем не стабильнее цены на ресурсы, привлекаемые компанией. 4) Способностью компании изменять цены на товары в соответствии с изменениями цен на привлекаемые ресурсы. 5) Доля постоянных издержек в полных издержках компании. Оценка риска – это определение количественным или качественным способом степени риска. Риск измеряется величиной возможных вероятных потерь, поэтому необходимо учитывать случайный характер таких потерь. Вероятность наступления события может быть определена

объективным методом и субъективным. Объективным методом пользуются для определения вероятности наступления события на основе исчисления частоты, с которой происходит данное событие. Субъективный метод базируется на использовании субъективных критериев, которые основываются на различных предположениях. Таким образом, в основе оценки финансовых рисков лежит нахождение зависимости между определенными размерами потерь и вероятностью их возникновения. Эта зависимость находит выражение в строящейся кривой вероятностей возникновения определенного уровня потерь. Для построения кривой вероятностей возникновения определенного уровня потерь (кривой риска) применяются различные способы: Статистический. Суть заключается в том, что изучается статистика потерь и прибылей, имевших место на данном или аналогичном производстве, устанавливаются величина и частотность получения той или иной экономической отдачи, составляется наиболее вероятный прогноз на будущее. Метод экспертных оценок. Обычно реализуется путем обработки мнений опытных специалистов. Он отличается от статистического лишь методом сбора информации для построения кривой риска. Аналитический способ построения кривой риска наиболее сложен, поскольку лежащие в основе его элементы теории игр доступны только очень узким специалистам. Вопрос 5. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений в условиях риска, адаптированная к риску ставка дисконта. Эквиваленты определенности. Под неопределенностью понимается неполнота или неточность информации об условиях реализации проекта, в том числе связанных с ними затратах и результатах. Для учета факторов неопределенности и риска при оценке эффективности проекта используется вся имеющаяся информация об условиях его реализации, в том числе и не выражающаяся в форме каких-либо вероятностных законов распределения. При этом могут использоваться следующие три метода (в порядке повышения точности): 1. Метод проверки устойчивости предусматривает разработку сценариев реализации проекта в наиболее вероятных или наиболее «опасных» для каких либо участников условиях. По каждому сценарию исследуется, как будет действовать в соответствующих условиях организационно-экономический механизм реализации проекта, каковы будут при этом доходы, потери и показатели эффективности у отдельных участников, государства и населения. Влияние факторов риска на норму дисконта при этом не учитывается. 2. Метод корректировки параметров проекта и экономических нормативов. Предельное значение параметра проекта для некоторого t-го года его реализации определяется как такое значение этого параметра в t-м году, при котором чистая прибыль участника в этом году становится нулевой. Одним из наиболее важных показателей этого типа является точка безубыточности, характеризующая объем продаж, при котором выручка от реализации продукции совпадает с издержками производства. 3. Наиболее точным (но и наиболее сложным с технической точки зрения) является метод формализованного описания неопределенности. Применительно к видам неопределенности, наиболее часто встречающимся при оценке инвестиционных проектов, этот метод включает следующие этапы: 1) описание всего множества возможных условий реализации проекта (либо в форме соответствующих сценариев, либо в виде системы ограничений на значения основных технических, экономических и т. п. параметров проекта) и отвечающих этим условиям затрат (включая возможные санкции и затраты, связанные со страхованием и резервированием), результатов и показателей эффективности; 2) преобразование исходной информации о факторах неопределенности в информацию о вероятностях отдельных условий реализации и соответствующих показателях эффективности или об интервалах их изменения; 3) определение показателей эффективности проекта в целом с учетом неопределенности условий его реализации – показателей ожидаемой эффективности. Основными показателями, используемыми для сравнения различных инвестиционных проектов (вариантов проекта) и выбора лучшего из них, являются показатели ожидаемого интегрального эффекта Эож (экономического – на уровне народного хозяйства, коммерческого – на уровне отдельного участника). Эти же показатели используются для обоснования рациональных размеров и форм резервирования и страхования.

Источник:
https://elib.psu.by/bitstream/123456789/19274/5/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F%205%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BC.pdf?ysclid=lh8tfvrfa3981306828

Тема 3. Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации.

Функции правительства в рыночной экономике.

1. Функции государства в рыночной экономике.

Многообразие задач, которые стоят перед государством в рыночной экономике определяют выполняемые государством экономические функции. Для решения задач, стоящих перед государством в процессе выполнения этих функций в распоряжении государства имеется ряд инструментов, к важнейшим из которых относятся: фискальная и денежная политика; социальная политика и политика регулирования доходов; внешнеэкономическая политика; и другие.

Основными инструментами государственного регулирования рынка являются:

налоги;

дотации;

фиксированные цены.

Наиболее цивилизованным инструментом государственного регулирования рынка считаются налоги, поскольку они не ограничивают свободу действий экономических агентов и, следовательно, не нарушают функционирования рыночных процессов.

Влияние налогов на рынок можно рассмотреть, например, на введении акцизного налога. Условно возьмем два варианта:

а) налог уплачивают продавцы;

б) налог уплачивают покупатели.

Начнем с первого варианта. Предположим, что введенный налог на каждую единицу блага составил Т руб. Допустим, что до введения налога линия спроса занимала положение D1DD1, а линия предложения - S1S1. Равновесная цена составляла P1(равновесный объем продаж - Q1 (рис. 5.1).

В результате введения налога произойдет сдвиг линии предложения вверх на величину Т, ибо для получения той же суммы выручки продавец будет согласен продать данное благо за цену, которая выше прежней на величину Т руб. Линия предложения займет положение S2S2. На рынке устанавливается новое равновесие, при котором объем продаж сократится с Q1 до Q2, цена для покупателей повысится с Р- до Р+. Общая сумма налога, поступающая в госбюджет, будет равна площади прямоугольника Р+АВР-. Налог, согласно условию этого варианта, уплачивают продавцы, но бремя налога распределяется между продавцами и покупателями. Взнос продавцов равен площади прямоугольника Р1СВР-, а взнос покупателей - Р+АСР1.

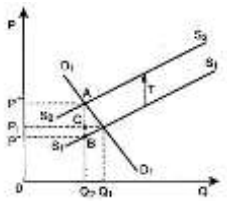


Рис. Воздействие на рыночное равновесие акцизного налога при уплате его продавцами

Второй вариант. Акцизный налог вносят в госбюджет покупатели. Покупатели будут согласны купить тот же объем блага, если его цена без налога будет на Т руб. ниже. В таком случае покупатели заплатят цену с включением налога, равную прежней цене. В результате линия спроса переместится вниз на Т (рис. 5.2). Новый объем продаж Q2, цены Р+ и Р- будут аналогичными варианту, когда налог вносят продавцы. Следовательно, не играет роли тот факт, кто выступает непосредственным плательщиком налога - продавцы или покупатели. Из рис. 5.2 мы видим, что и пропорции в распределении налогового бремени между продавцами и покупателями остаются теми же, что и при уплате налога продавцами.

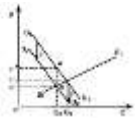


Рис. Воздействие на рыночное равновееие акцизного налога при уплате его покупателями

Распределение налогового бремени между продавцами и покупателями зависит от соотношения в наклонах линий спроса и предложения. Чем больше наклон линии спроса и чем меньше наклон линии предложения, тем большая часть налогового бремени приходится на покупателей и тем меньшая - на продавцов (рис. 5.3, а). Из рис. 5.3, а видно, что взнос покупателей равен площади прямоугольника P+ACP1, а взнос продавцов - P1CBP-. На рис. 5.3, б иллюстрируется противоположное положение, когда большая часть налогового бремени ложится на продавцов и меньшая - на покупателей.

Рассмотрим влияние государственного регулирования рынка посредством дотаций.

Дотация - это отрицательный налог, или "налог наоборот". Дотация устанавливается или в процентах к цене блага, или в абсолютной сумме на единицу блага. Дотации, как правило, получают производители, но могут получать и потребители.

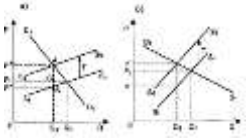


Рис. Воздействие акцизного налога на равновесный объем рынка в зависимости от наклонов линий спроса и предложения

Предположим, что линия спроса и линия предложения вначале занимали положения соответственно D1D1 и S1S1. Равновесный объем продаж был равен Q1 а равновесная цена - P1 (рис. 5.4).

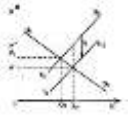


Рис. Воздействие на рыночное равновесие потоварной дотации

Допустим, что введена дотация из госбюджета производителям данного блага размером V руб. на каждую единицу. В результате произойдет сдвиг линии предложения вниз на V руб., поскольку дотация продавцам будет равнозначна снижению их издержек. Ранее производители были согласны продать объем блага, если цена без дотации будет на V руб. ниже P1. В этом случае объем продаж возрастет до Q2, цена для покупателей понижается до P-, цена, получаемая производителями, повышается до P+.

Как и при налогообложении, полученная дотация не полностью поступает в распоряжение производителей. Им достанется только ее часть, другая часть поступит в бюджет покупателей.

Аналогичным будет результат и в случае, когда дотацию получают покупатели. Отличие состоит только в сдвиге на ту же величину V руб. линии спроса, а не линии предложения.

Менее пригодным средством государственного воздействия на рынок является установление государством фиксированных цен, ибо это затрагивает действие рыночных механизмов, модифицируя процесс достижения равновесного состояния.

Установление государством фиксированных цен. Здесь в распоряжении государства имеются два способа:

а) установление верхнего ("потолка") предела цен;

б) установление нижнего ("пола") предела цен.

Максимально верхняя граница цены (так называемая "социально низкая цена") - это цена ниже цены равновесия. Она устанавливается с целью защиты интересов малоимущих потребителей данного блага.

Установление верхнего предела цены приводит к дефициту данного блага, поскольку объем спроса превышает объем предложения. Более того, "потолок" цен превращает этот дефицит в хронический, в результате общество вынуждено прибегать к рационированию неценовыми способами (карточки, очереди и т. п.). Чтобы купить дефицитное благо, покупатели согласны

заплатить дополнительную цену, создавая тем самым условия для возникновения "черного рынка".

Другим способом государственного регулирования цен выступает установление нижнего предела ("пола") цен, т. е. цен выше равновесного уровня.

Фиксированные цены, превышающие цены равновесия, устанавливаются чаще всего с целью государственной поддержки некоторых отраслей экономики (например сельского хозяйства, новых наукоемких отечественных производств) и нередко при этом дополняются ограничениями во внешней торговле. На рис. 5.5 мы видим, что и при верхнем, и при нижнем пределе цен объем продаж будет ниже равновесного объема QE. В первом случае будет продано Q'q единиц блага, во втором - Q"s.

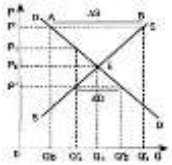


Рис. Фиксированная цена

3. Индикативное планирование

Под индикативным планированием следует понимать планирование, оперирующее показателями-индикаторами: индексами изменения экономических величин, структурными соотношениями, динамикой дисконтирования, подвижностью учетных ставок и др.

Индикативное планирование, рассматриваемое как совокупность процедур согласования процессов воспроизводства, реализуется на разных уровнях управления:

на макроэкономическом уровне – в виде разрабатываемых государственными органами хозяйственного управления прогнозов, бюджетных планов и программ;

на региональном или территориальном уровне – в виде разрабатываемых властными структурами субъектов Федерации региональных прогнозов, программ и бюджетных планов;

на мезоэкономическом уровне – в виде разрабатываемых метакорпорациями (межотраслевыми, межрегиональными и международными финансово-промышленными группами) планов, прогнозов и программ развития отраслей и подотраслей, территориально-производственных комплексов и промышленных узлов;

на микроэкономическом уровне – в виде стратегических планов развития предприятий как юридических лиц.

Индикативное планирование на микроэкономическом уровне – это процесс формирования системы параметров (индикаторов), определяющих состояние хозяйствующего субъекта и мер воздействия на него.

Разработка индикативного плана должна начинаться с формулирования целей развития предприятия на перспективу и оценки имеющихся ресурсов, которые могут быть задействованы для реализации этих целей.

Структура индикативного плана предприятия представлена на рисунке 1.8.



* - Тактические планы могут составляться на квартал или на месяц

Рисунок – Структура индикативного плана предприятия

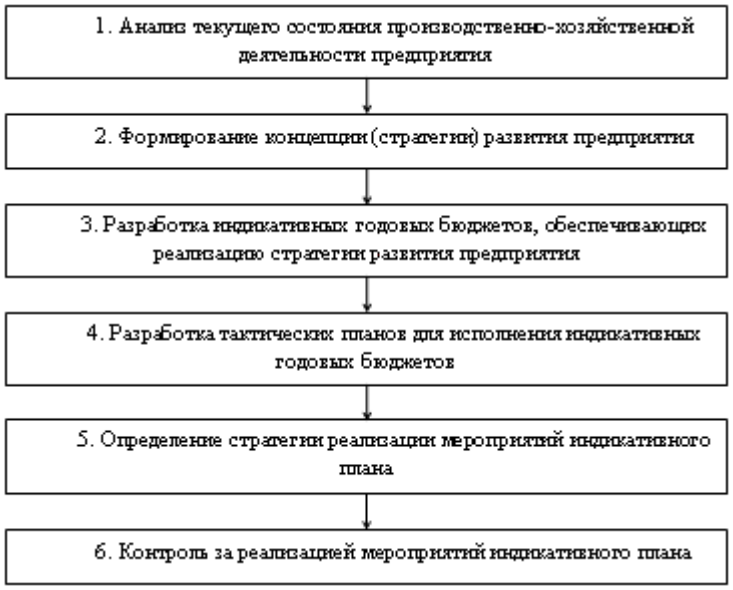
Выбранная стратегия предприятия отражает основные направления его развития. Согласно выбранной стратегии развития формируются индикативные годовые бюджеты предприятий. Относительно годовых бюджетов формируются тактические бюджеты, например на квартал, на месяц.

Тактические планы содержат те мероприятия, которые должны быть выполнены в конкретных условиях для обеспечения реализации индикативного годового бюджета предприятия. Именно при помощи тактических планов происходит координация текущей деятельности таким образом, чтобы в случае отклонения от поставленных задач в одном периоде можно было достичь намеченных в годовом плане целей за счет более интенсивной работы в другом периоде.

Годовой бюджет нуждается в корректировке (или даже полной модификации) только в том случае, если выполнение поставленных в нем задач становится невозможным в зависимости от изменений внешней и внутренней среды предприятия и не может быть обеспечено посредством соответствующих тактических планов. В этой ситуации изменению подлежат индикативные годовые планы, чтобы не сорвать исполнение стратегических задач предприятия.

Стратегические задачи могут быть пересмотрены только тогда, когда изменение годовых бюджетов не способно в намеченные в стратегии сроки устранить возникшее отклонение и вернуть деятельность предприятия в планируемые рамки.

Согласно структуре индикативного плана, схема процесса индикативного планирования будет выглядеть следующим образом (рисунок 1.9.).



Источник: https://studfile.net/preview/2384752/page:9/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Теория совершенной конкуренции: условие первого порядка (необходимое) для максимизации прибыли конкурентной фирмой в коротком периоде, условие второго порядка (достаточное) для максимизации прибыли конкурентной фирмой в коротком периоде.
2. Равновесие совершенно конкурентного рынка (отрасли) в краткосрочном периоде.
3. Равновесие фирмы в условиях совершенной конкуренции для долго-срочного периода.
4. Долгосрочное равновесие совершенно конкурентной отрасли: случаи инерции в затратах, экономии и дезэкономии на масштабах производства.
5. Характерные черты "чистой" монополии: отсутствие совершенных субститутов, отсутствие свободы входа-выхода на рынок и наличие непреодолимых барьеров, абсолютная власть продавца, совершенная информированность рыночных субъектов.
6. Понятия экономической, административной и естественной монополии.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.1. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополи

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Типы рыночных структур	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Влияние совершенной конкуренции и монополии на принятие решений менеджерами.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополи

Текст лекции.

Тема 1. Типы рыночных структур

1. Конкуренция, типы рынков

Конкуренция – экономическое соперничество за право получения большой доли определенного вида ограниченных ресурсовПод рыночной структурой понимается характер соперничества фирм и наличие монопольной власти, а также степень их влияния на принимаемые фирмами решения.

Экономисты выделяют ряд рыночных структур: чистую (совершенную) конкуренцию; чистую (абсолютную) монополию; монополистическую конкуренцию; олигополию. (и др.)

Наиболее последовательно фирмы стремятся к достижению наивысшей экономической эффективности лишь в ситуации совершенной конкуренции. Идеальная совершенная конкуренция может быть устойчивой при наличии всех необходимых для ее существования условий:

производимые товары примерно одинаковы, т.е. опасности, что производители в массе своей предпочтут товары одной из фирм из-за их явного превосходства по свой свойствам или качеству над продукцией других фирм;

товары на рынок предлагают многие фирмы, и объемы их поставок не очень различаются. В этом случае каждая из фирм оказывает достаточно слабое влияние на общее рыночное предложение и не может существенно изменить ситуацию на рынке в свою пользу;

затраты фирм на изготовление товаров различаются не очень существенно вследствие сходности технологии и цен на приобретаемые для производства ресурсы. Если это условие не соблюдается и одна из фирм имеет существенно более низкие затраты на производство, то она сумеет легко нарушить рыночное равновесие, например, предложив товары по более низкой цене (недоступной другим конкурентам) и захватив благодаря этому существенно большую долю рынка, чем конкуренты (нарушится предыдущее условие);

транспортные затраты не играют большой роли в формировании предложения, т.е. нет опасности, что многие производители окажутся неконкурентоспособными из-за слишком дорогой доставки своих товаров покупателям (их цены окажутся в итоге выше, чем у конкурентов, предприятия которых находятся ближе к основным рынкам сбыта);

вход на рынок и выход из него не связаны с большими трудностями;

продавцы и покупатели обладают всей необходимой информацией о поступающих на рынок товарах, их ценах и прибыльности продаж. При соблюдении этого условия (называемого информационной прозрачностью рынка) продавцы вынуждены продавать товары по цене равновесия и не могут требовать цены выше нее. Причина проста: все покупатели знают о ценах, которые просят за те же товары другие фирмы, и немедленно начнут покупать у них, а не у фирмы. решившей продавать дороже равновесной цены.

Поскольку в реальной жизни обнаружить совпадение всех этих условий возможно лишь в очень редких случаях, то большинство рынков работает в условиях несовершенной конкуренции. Но это лучше, чем монополия.

Под совершенной конкуренцией понимают ситуацию на рынке, когда ни одна из фирм не в силах в одиночку изменить условия формирования рыночного равновесия. Ситуация совершенной конкуренции может сложиться лишь при соблюдении определенных условий, основной смысл которых состоит в исключении неравенства экономических возможностей различных участников рынка. Если ликвидировать такое неравенство не удается, то на смену совершенной конкуренции приходит несовершенная конкуренция, нередко рождающая различные типы монополизации рынка.

При этом имеется в виду различия между рынками не по характеру продаваемых там товаров, а по сложившимся по сложившимся условиям конкуренции при их продаже.

Все фирмы вынуждены соперничать между собой из-за ограниченности ресурсов (прежде всего, денежных средств), которыми покупатели располагают для покупки товаров на данном рынке.

Соперничество может разворачиваться по-разному. Каждая фирма должна учитывать тип конкуренции. с которым она столкнется на рынке для выработки на этой основе своей коммерческой политики.

Обычно выделяют следующие типы конкуренции (типы конкурентных рынков):

рынок совершенной (чистой) конкуренции;

рынок монополистической конкуренции;

олигопольный рынок;

рынок монополии.

Рынок совершенной конкуренции. Для него характерно то, что в борьбе за внимание и деньги покупателей сталкиваются между собой множество производителей однотипных товаров. При этом ни один из них не обладает контролем над такой долей рынка, которая позволяет ему навязывать остальным выгодные ему условия сбыта.

При такой конкуренции рыночное равновесие достигается в результате массовых сделок продавцов и покупателей, которые не могут навязать друг другу свою волю и вынуждены искать компромисс в виде рыночной цены. В такой ситуации достоинства рыночных механизмов проявляется наиболее полно.

Рынок монополистической конкуренции. Экономисты говорят о возникновении монополистической конкуренции, если:

на рынке имеется много конкурирующих фирм;

для удовлетворения одной и той же потребности эти фирмы предлагают различающиеся между собой товары;

каждая фирма имеет некоторую возможность влиять на цену, по которой она продает свои товары;

существующие фирмы не могут преградить вход на рынок новым конкурентам.

Характерными примерами таких товарных рынков являются рынки продуктов питания, одежды, мебели и т.д.

На таком рынке монополистическая власть каждой фирмы состоит лишь в праве на изготовление особой разновидности товара и в предложении ее на рынок по самостоятельно назначенной цене, но не в контроле над рынком всех товаров однотипного назначения и возможности диктовать рыночную цену.

Рынок олигополии. Для этого рынка характерно производство одинаковых или сходных товаров небольшим числом крупных фирм, которые конкурируют между собой. При этом каждая фирма может оказывать существенное влияние на цены, по которым продаются ее товары.

Ситуация олигополии возникает обычно в тех отраслях, где сама технология диктует предпочтительность создания крупных производств. Экономически рациональный масштаб возникает обычно в тех отраслях, где сама технология диктует предпочтительность создания крупных производств. Экономически рациональный масштаб этих производств оказывается таким, что все нужды рынка могут быть удовлетворены несколькими фирмами.

Автомобильные фирмы США: «Форд», «Дженерал Моторс» и «Крайслер».

Рынок монополии. На таком рынке для покупателя складывается самые худшие условия. При чистой монополии возможности покупателя торговаться становится крайне ограниченными, поскольку альтернативного изготовителя (продавца) просто не существует. Обычная коммерческая стратегия монополиста – навязывание покупателям завышенных уровне цен.

В большинстве развитых стран мира государство ведет борьбу с проявлениями монополизма на рынке. Сердцевиной антимонопольного регулирования являются ограничением власти фирм-монополистов в навязывании покупателям своих уровней цен и защита конкуренции.

Различия между типами конкурентных рынков Характеристика рынков

Тип рынка	Число фирм в отрасли	Тип товара	Барьеры для входа на рынок	Возможности влиять на цены своих товаров	Примеры отраслей, действующих на таких рынках
Совершенная конкуренция	Большое	Одинаковые изделия	Не существует	Отсутствует полностью	Сельское хозяйство,
					Бытовые услуги
Монополистическая конкуренция	Большое	Разные изделия сходного назначения	Существует, но их можно преодолеть	Существует возможность влиять на цену	Пищевая, легкая промышленность, производство мебели

Олигополия	Небольшое	Одинаковые или различные изделия	Существуют и преодолеть их трудно	Большая	Автомобильная промышленность, авиаперевозки и др.
Монополия	Одна	Товар, не имеющий заменителей	Существуют и преодолеть их очень трудно или даже невозможно	Максимальная	Электроэнергетика. Железнодорожные перевозки и др.

Источник: https://studfile.net/preview/2384752/page:9/

Тема 2. Влияние совершенной конкуренции и монополии на принятие решений менеджерами..

В условиях *совершенной конкуренции* преобладающая рыночная цена на продукцию устанавливается путем взаимодействия рыночного спроса и предложения. Объемы производства каждого товаропроизводителя весьма незначительны по сравнению с объемом продукции, которую отрасль выпускает в целом.

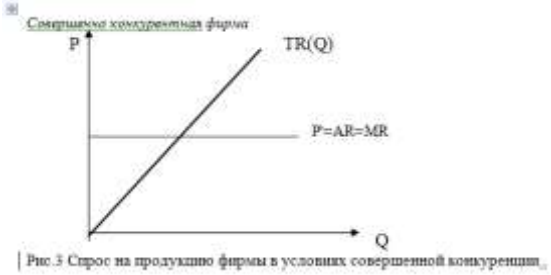


Рис.3 Спрос на продукцию фирмы в условиях совершенной конкуренции

Экономический смысл любой совершенной конкуренции состоит в том, что она рассматривает выгоды, которые в результате получает потребитель. Модель совершенной конкуренции показывает теоретически, как должна работать рыночная экономика, какие выгоды общество получает от конкурентного рынка. Однако в современной экономике совершенная конкуренция в чистом виде не существует.

Монополистическая конкуренция – это рыночная структура, в которой большое число фирм производят дифференцированную (не имеющих близких заменителей) продукцию (розничная торговля, легкая промышленность).

В условиях монополистической конкуренции ее основными механизмами являются механизмы ценовой конкуренции.

Олигополия (от греч. «oligo» - несколько и «poleo» - продаю) – это рыночная структура, при котором доминирует небольшое число продавцов, а вход в отрасль новых производителей ограничен высокими барьерами.

Олигополистический рынок - это такой рынок, на котором большая часть выпускаемой продукции производится несколькими крупными фирмами, каждая из которых способна оказывать своими действиями влияние на изменение рыночной ситуации.

Основные признаки олигополии:

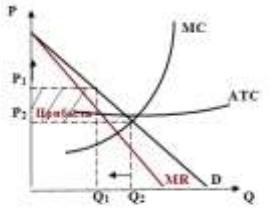
1. Доминирует несколько фирм (3-20);
2. Продукт: дифференцированы и стандартизированный;
3. Контроль над ценами ограничен взаимной зависимостью (Значителен при тайном сговоре);
4. Значительные барьеры на вхождение других фирм (связанные с эффектом масштаба, потребностью в большом капитале, патентами, лицензиями, слияниями и поглощениями, контролем за предложением факторов производства. Правительственные барьеры: антимонопольное законодательство, налоги, тарифы);
5. Типичная неценовая конкуренция (тайный сговор о ценах, объемах производства, «лидерство в ценах» и т.д.)

Теория ломаной кривой спроса исходит из следующих предположений:

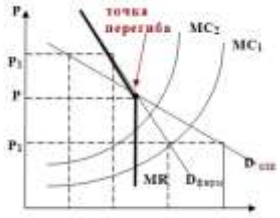
Если одна фирма будет понижать цену на свою продукцию, то фирмы-конкуренты также снизят цену и каждая из них получит выигрыш пропорционально своей доле при общем увеличении объема продаж.

Если данная фирма будет повышать цену на свою продукцию, то конкуренты последуют за ней, а будут стремиться захватить рынок.

Поэтому фирме выгодно изменять не цену, а издержки.



Тайный сговор олигополистических фирм.

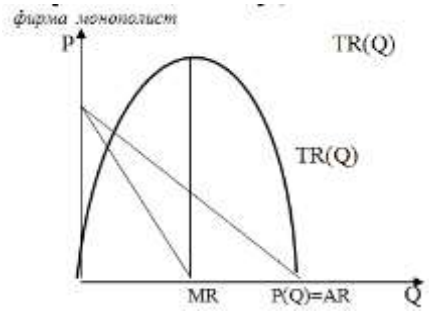


Модель ломаной кривой спроса

Чистая монополия характеризуется наличием одного-единственного продавца конкретного товара на рынке.

Признаки чистой конкуренции:

1) единственный продавец конкретного товара/услуги на рынке;
2) одна фирма на рынке;
3) уникальный, не имеющий заменителя тип продукта;
4) значительный контроль над ценами;
5) вступление в отрасль блокировано;
6) неценовая конкуренция – реклама, PR («паблик-рилейшнз»).



Источник: https://studfile.net/preview/9523375/page:10/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Текущие издержки производства в краткосрочном периоде. Классификация удельных издержек на единицу продукции: средние постоянные, средние переменные, средние валовые и предельные издержки. Графическая интерпретация.
2. Текущие издержки производства в длительном периоде. Идентификация долгосрочных средних издержек: сплайн-кривая огибающая серию кривых краткосрочных средних издержек для разных уровней производственных мощностей.
3. Теории прибыли: обзорная классификация (компенсаторные и функциональные теории прибыли, теории монопольной прибыли и прибыли от рыночного дисбаланса (фрикционные), технологические и инновационные теории прибыли).
4. Функция прибыли и ее графическое выражение. Максимизация прибыли и определение оптимального объема выпуска фирмы. Изопрофитные линии.
5. Планирование и управление прибылью. Анализ безубыточности. Применение анализа безубыточности, операционный левередж.
6.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Отличительные особенности монополистической конкуренции.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Ценообразование на олигополистическом рынке	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Решение о ценах и объеме производства на монопольном рынке	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

Текст лекции.

На рынке монополистической конкуренции, как и на рынке совершенной конкуренции, присутствует много продавцов. Однако в отличие от рынка совершенной конкуренции монополистические конкуренты обладают определенной властью над ценой. На чем основана эта власть?

Фирмы, действующие на таком рынке, производят дифференцированную продукцию. Причем эта дифференциация может быть как настоящей, так и мнимой. Менеджер, желающий продавать свою продукцию по цене выше рыночной, должен обратить внимание покупателя на исключительные качества своего товара по сравнению с аналогичным. Может подчеркиваться более качественный уровень сервиса, сопровождающий реализацию товара или услуги. Особое значение приобретает использование товарных знаков и торговых марок.

Исключительность товара или услуги зачастую обеспечивается патентным правом. Именно в рамках такой эксклюзивности товара управляющие и имеют возможность реализовывать товар по цене выше средней по отрасли.

Таким образом, в коротком рыночном периоде формирование цены и оптимального объема производства сходно с условиями монополии. Однако в долгом рыночном периоде преимущества, связанные с патентным правом, брендами сводятся к минимуму. На рынке появляются товары-заменители. И в долгом периоде условия формирования цены и оптимального объема производства приближаются к аналогичным на конкурентном рынке. [1]

Олигополистичные рынки различаются по степени концентрации, предпочтениям принятия управленческих решений в области ценообразования и определения объема производства. Все это объясняет отсутствие единой модели определения поведения олигополистов.

Распространенной моделью, объясняющей поведение менеджеров на рынке олигополии, является *модель Суизи* (ломаной кривой спроса). Продукция, выпускаемая на этом рынке, обладает некоторой степенью дифференциации.

Фирма, действующая по этой модели олигополии, может проводить политику повышения или понижения цен на свою продукцию.

В случае повышения цен одной фирмой другие компании вряд ли последуют такой тактике из опасения потерять рынок в пользу товаров- заменителей. Поскольку остальные фирмы проигнорируют политику повышения цен, компания, решившаяся на изменения цен на свою продукцию, сталкивается с собственной кривой спроса D_1D_1 (рис. 5.6, а).

В случае понижения цен одной фирмой другие фирмы, не желая потерять свою долю рынка, последуют за первой компанией и также снизят цены. Первоначальная фирма столкнется с рыночной кривой спроса.

Кривая спроса и соответствующая ей кривая предельного дохода примут вид ломанной кривой. При этом график *MR* имеет разрыв (рис. 5.6, б). Если произойдет изменение в предельных издержках на отрезке *g* —/, то это не приведет к изменению оптимальной цены и оптимального объема.

Такая ситуация объясняет, почему олигополисты не склонны к резкому изменению цен.

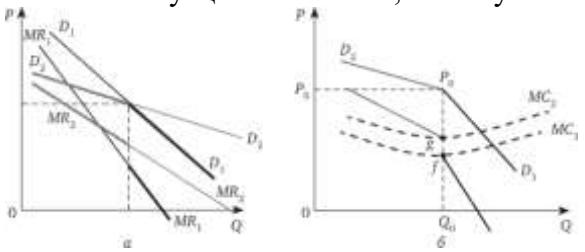


Рис. Модель Суизи (ломаной кривой спроса)

Моделью, описывающей формирование объема выпуска товаров как однородных, так и дифференцированных, служит *модель Курно.* В дуополии Курно анализируется взаимное реагирование двух фирм на изменение объемов производимой продукции. Иными словами одна фирма выбирает такой объем производства, при котором она максимизирует прибыль, учитывая объем выпуска второй фирмы.

Таким образом, объем производства одной фирмы служит функцией от объема производства второй фирмы:

$$Q_1 = f(Q_2) \text{ и } Q_2 = f(Q_1).$$

Данные уравнения отражают функции реагирования Курно.

Как изменится оптимальный объем производства фирмы 1, если фирма 2 будет увеличивать свой выпуск? Очевидно, что в этом случае спрос на продукцию фирмы 1 уменьшится. Уменьшится и предельный доход *(MR).* Фирма 1 сократит выпуск своей продукции, так как выполнение условия оптимальности *(MR = MC)* станет возможным только при меньшем объеме производства.

Предположим, что фирма 2 не производит продукции. Фирма 1 выберет оптимальный объем производства Qj^M (рис. 5.7). Если фирма 2 решила начать производство, то она выберет

оптимальный объем выпуска, иллюстрируемый точкой *E* на кривой реагирования фирмы 2. Однако ситуация для фирмы 1 изменилась. Теперь оптимальным для первой компании будет объем, соответствующий точке *D* на кривой реагирования $Q_г$ Компания 2 ориентируется на новый меньший объем производства фирмой 1.

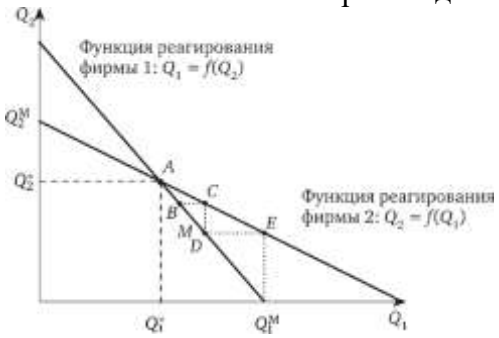


Рис. **Равновесие Курно**

Фирма 2 увеличивает выпуск продукции, соответствующей точке С на кривой реагирования Q_2. Этот объем обеспечивает максимизацию прибыли. На такую ситуацию вынуждена отреагировать фирма 1. Стремясь к максимизации прибыли в новых условиях, она сокращает выпуск до точки *B* на кривой реагирования фирмы 1.

Так будет происходить до тех пор, пока не установится равновесие в точке А (QJ и Q_2 — равновесные объемы выпуска фирм 1 и 2

по Курно). Эта точка иллюстрирует равновесие Курно. В данном случае ни одна из фирм не склонна менять объем выпуска, при условии неизменности уровня производства другой фирмой.

Попробуем вывести функции реагирования для олигополии Курно.

Возьмем обратную функцию спроса продукции для дуополии Курно:

$$P = a - b \cdot (Q_1 + Q_2).$$

Валовой доход *TR = P ? Q;*

$$TR_1 = aQ_1 - bQ_12 - bQ_2Q_1;$$

$$TR_2 = aQ_2 - bQ_22 - bQ_2Q_1.$$

Отсюда предельный доход

$$MR_1 = a - bQ_2 - 2bQ_1;$$

$$MR_2 = a - bQ_1 - 2bQ_2.$$

Для максимизации прибыли используем предельное условие *MR = = MC.*

$$a - bQ_2 - 2bQ_1 = c_1;$$

$$a - bQ_1 - 2bQ_2 = c_2.$$

Решаем эти уравнения

$$Q_1 = f(Q_2) = (a - c_1)/2b - Q_2/2;$$

$$Q_2 = f(Q_1) = (a - c_2)\ /2b - Q_1/2.$$

В отрасли может сложиться ситуация, когда одна из фирм принимает решения в области определения объема производства раньше других участников рынка, будучи лидером. Такая модель олигополии называется *моделью Стакелъберга (Штакельберга*). По сравнению с моделью Курно лидер получает большую прибыль, а последователь — меньшую.

Существуют модели олигополии, где конкуренция происходит не в определении объема производства, а в сфере ценообразования. Примером такой модели служит *олигополия Бертрана.* Условие существования данной модели — открытость информации по возможным

объемам выпуска (количество мест в гостинице, ресторане и т.д.). Следовательно, потребители легко могут выбрать компанию с самыми низкими ценами. С целью увеличения доли рынка олигополисты по Бертрану мог втянуться в ценовую войну. На рис. 5.8 такое понижение цены приводит к последовательному переходу от цены $P_г$

к цене $P_Б$, равной предельным издержкам (точки *g,h* и e показывают соответствующие изменения на кривой спроса одного из олигополистов по Бертрану). Такая ситуация для фирм означает отсутствие экономической прибыли. Потребители же, наоборот, оказываются в положении по ценам и объему производства, сходном с совершенной конкуренцией.

Можно отметить многие другие модели рынка олигополии: ценовое лидерство, сговор, картель, издержки «+» и т.д.



Рис. **Модель Бертрана**

- [1] Олигополией именуется такая рыночная ситуация, когда функционирует от двух до нескольких фирм. • Отрасль, в которой существуют две фирмы, называется дуополией. Чем интересна рыночная ситуация олигополистичного рынкадля менеджера? Тем, что управляющий должен для себя выяснить,как реагировать на изменения в ценовой политике или в политикеопределения объема производства, проводимые фирмами-конку-рентами. При этом все действия менеджемента фирмы-олигополиста должны просчитываться с точки зрения реакции на них другихфирм-олигополистов. Такая взаимозависимость приводит к поискунаилучших решений с учетом вероятного поведения конкурентов, т.е.к достижению так называемого равновесия Нэша.

Источник:
https://studme.org/127276/ekonomika/resheniya_povodu_tsenovoy_politiki_obema_proizvodstva_monopolisticheskaya_konkurentsiya_oligopoliya?ysclid=lh8txnlu1l715766012

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Базовые постулаты и исходные допущения теории совершенной конкуренции.
2. Спрос, средний и предельный доходы для конкурентной фирмы. Правило максимизации прибыли и выбор оптимального объема производства для фирмы совершенного конкурента в краткосрочном периоде. "Двухша-говая" процедура.
3. Система показателей, характеризующих размер фирмы. Определение контролируемой доли рынка: абсолютная и относительная доли рынка компании. Отличные от контролируемой доли рынка показатели размера фирмы: величина добавленной стоимости, численность персонала, производственная мощность, активы компании.
4. Количественное измерение концентрации продавцов на рынке: общий обзор индексов
5. Показатели рыночной власти продавцов: общий обзор индексов и коэффициентов.
6. Факторы и характеристики, определяющие структуру рынка: положительная отдача от масштаба, диверсификация деятельности фирмы, дифференциация продукта, вертикальная интеграция. Влияние иностранной конкуренции на внутреннее ценообразование. Институциональные барьеры входа на рынок и выхода с него.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии

Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. Альтернативные модели поведения фирмы

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Управленческая экономика как специализированный раздел экономической науки	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Издержки.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Альтернативные модели поведения фирмы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Равновесие фирмы в условиях "чистой" монополии для короткого периода.
2. Равновесие монополиста в длительном периоде. Случаи с одним и несколькими заводами.
3. Монополистическая ценовая дискриминация: первой степени (совер-шенная ценовая дискриминация), второй степени, третьей степени.
4. Основные характеристики монополистической конкуренции: принцип дифференциации продукта, неценовые факторы конкуренции, наличие входных барьеров при вступлении в отрасль. Механизм монополистической конкуренции.
5. Неопределенность (неоднозначность) кривой индивидуального спроса монополистически конкурентного предприятия. Модель монополистической конкуренции Чемберлина (традиционная). Равновесие фирмы в условиях ценовой монополистической конкуренции для краткосрочного и для длительного периода. 44. Монополистическая конкуренция в пространстве. Краткая характеристика "адресных" моделей монополистической конкуренции: модель "линейного города" Хотеллинга, модель "города на окружности" Сэлопа.
6. Альтернативные модели поведения фирмы в современных условиях: максимизации прибыли.
7. Альтернативные модели поведения фирмы в современных условиях: модель максимизации продаж.
8. Альтернативные модели поведения фирмы в современных условиях: модель максимизации роста.
9. Альтернативные модели поведения фирмы в современных условиях: модель управленческого поведения.
10. Альтернативные модели поведения фирмы в современных условиях: модель максимизации добавленной стоимости.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии

Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Экономическая концепция эластичности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Маржинальный (предельный) доход, его связь с кривого спроса.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Другие показатели эластичности.	Групповая, научная

		дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Общественные издержки монополистической конкуренции. Неценовая конкуренция. Влияние маркетинговых расходов: затрат на товародвижение, формирование проса, стимулирование сбыта, рекламу и пропаганду.
2. Характерные признаки олигополии: ограниченное число фирм, высокие барьеры для вступления в отрасль, всеобщая взаимозависимость и стратегическое поведение.
3. Нескоординированная количественная олигополия: обзорная классификация моделей. Модель дуополии Курно.
4. Скоординированная олигополия: обзорная классификация моделей. Модель картельного сговора.
5. Теория факторов производства Сэя. Предложение производственных факторов: индивидуальная функция предложения труда и налогообложение.
6. Предложение производственных факторов: индивидуальная функция предложения капитала, индивидуальная функция предложения земли. Рыночное предложение факторов производства.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: Дискуссия
Перечень вопросов для обсуждения к темам раздела 1:
Объясните, почему управленческая экономика является специализированным разделом экономической науки.
Каким образом управленческая экономика решает проблему о наилучшем размещении ограниченных ресурсов в целях конкурентной борьбы.
Дайте определение понятию фирма.
В чем специфика модели экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде.
В чем заключается разница между рыночной добавленной стоимости и экономической добавленной стоимости.
Изложите гипотезу максимизации прибыли и гипотезу максимизации благосостояния акционеров.
Дайте характеристику основным моделям поведения фирмы: максимизации прибыли, максимизации продаж, максимизации роста, управленческого поведения, японская модель, направленная на максимизацию добавленной стоимости. Почему эти модели называются альтернативными.
Дайте определение спроса и предложения. Объясните различие между спросом и величиной спроса, предложением и величиной предложения.
Дайте определение ценовой эластичности спроса и какие существуют методы ее определения. Назовите основные неценовые факторы, которые влияют на спрос и предложение.
В чем заключаются различия между дефицитом и ограниченностью.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных

вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

Примеры тестовых заданий Инструкция: выбрать один правильный ответ. 1. Факторами внешней среды фирмы являются: 1) поставщики; 2) потребители; 3) контактные аудитории; 4) конкуренты.

2. Выберите верную последовательность этапов, которая отражает закономерное содержание процесса управления: - проблема – цель – принятие решения – распределение работ; - цель – проблема - решение – контроль исполнения; - ситуация – цель – решение – организованная работа; - цель – ситуация – проблема – управленческое решение; - планирование – принятие решения – контроль - организация.

3. Какое определение цели управления представляется Вам наиболее точным - цель – это предполагаемый результат деятельности; - цель – это идеальное видение будущего; - цель – это наши стремления к успеху; - цель – это идеальный образ желаемого, возможного и необходимого состояния управляемой системы; - цель – это планирование деятельности, связанное со стремлением достичь необходимый результат

4. Маржинальный (предельный доход) – это 1) регулярное пополнение бюджета экономического субъекта, измеренное деньгами; 2) изменение совокупного дохода в результате изменения выпуска продукции на одну единицу; 3) экономическая выгода; 4) размер увеличения прибыли в результате роста объемов; 5)максимальная прибыль.

5. Экономическая добавленная стоимость - это 1) совокупный доход минус совокупные экономические издержки; 2) разница между прибылью на суммарный капитал и стоимостью капитала; 3) сверхнормальная прибыль.

6. Цена национальной валюты, выраженная в иностранной валюте 1) хеджирование обменного курса; 2) транзакция; 3) валютный курс; 4) номинальный курс. Инструкция: установить правильную последовательность. Общие методы контроля управленческого решения: - предварительный; 26 - сплошной; - направляющий; - точечный; - фильтрующий; - последующий.

Инструкция: установить соответствие утверждений и соответствующие данным утверждениям формулы: Критический объем производства достигается, если 1) общая выручка равна общим

издержкам 2) общая выручка больше общих издержек 3) общая выручка меньше общих издержек 4) фирма получает нулевую прибыль 5) фирма получает максимальную прибыль Формулы А) TR = TC; Б) TR > TC; В) TR < TC Г) Pr = 0 Д) Pr = max
Примеры тестовых заданий Инструкция: выбрать один правильный ответ.
1. Направления влияния туризма на жизнь общества:
А) гуманитарное;
Б) физическое;
В) развлекательное;
Г) промышленное;
Д) социальное;
Е) экономическое.
2.Основные стадии прохождения турпродукта:
А) потребление;
Б) производство;
В) страхование;
Г) реализация;
Д) формирование;
Е) все из выше перечисленного.
3.Основные факторы, влияющие на туррынок:
А) структура населения;
Б) образование;
В) возраст;
Г) род занятий;
Д) пол;
Е) все ответы кроме Д.
4.В связи с особенностями и содержанием маркетинговой деятельности выделяют следующие рынки:
А) основной;
Б) левый;
В) негативный;
Г) растущий;
Д) целевой;
Е) дополнительный.
5.Сегментация рынка – это:
А) деление рынка на части, которые характеризуются расовой принадлежностью потребителя;
Б) деление рынка на части, которые характеризуются национальным признаком;
В) деление рынка на части, которые характеризуются общностью требований потребителей;
Г) деление рынка на части, которые характеризуются материальным уровнем;
Д) деление рынка на части, которые характеризуются интеллектуальным уровнем;
Е) нет верного ответа.
6.Что включает в себя современная система туризма:
А) фирмы производитель туруслуг;
Б) рекламно-информационные туручреждения;
В) фирмы турагенты;
Г) фирмы туроператоры;
Д) фирмы маршрутных такси;
Е) все варианты верны.
7.Турпредприятие выполняет следующие функции:
А) продажа;
Б) производство;
В) организация;
Г) автоматизация процессов;

Д) управление;
Е) строительство.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию см в разделе 2

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Экономика туристской фирмы

Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Производственная функция	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Спрос на факторы производства. Спрос на труд фирмы в длительном периоде. Совокупный спрос на рынке факторов производства.
2. Равновесие на рынке факторов производства.
3. Типы отраслевой политики: по используемым методам, по выдвинутым целям.
4. Комплексная система показателей деятельности организации

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Экономика туристской фирмы

Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Риск и неопределенность.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации. Функции правительства в рыночной экономике.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Суть анализа соотношений затрат, объема и прибыли - АВС-анализа
2. Драйверы затрат в АВС-анализе.
3. Виды затрат в АВС-анализе.
4. Аналитическая оценка решения о принятии дополнительного заказа по цене ниже себестоимости продукции.
5. Обоснование структуры товарной продукции.
6. Обоснование решения "производить или покупать".
7. Выбор решения с учетом ограничений на ресурсы.
8. Маржинальный подход к решению управленческих задач.
9. Понятие производственного рычага и применение его эффекта в принятии управленческих решений.
10. Экономические аспекты управления рисками.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: дискуссия
Перечень тем дискуссии к темам раздела 2:

Дайте определение производственной функции и объясните различие между производственной функцией в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Дайте определение трем стадиям производства.

Почему фирма, действующая рационально, всегда пытается работать на II стадии.

Дайте определение функции издержек и объясните различие между функцией издержек в долгосрочном и краткосрочном периоде.

Объясните связь между производственной функцией и функцией издержек.

В чем различие экономических и бухгалтерских издержек.

Как они связаны между собой.

Назовите основные отличия между монополистической конкуренцией и олигополией.

Дайте определение взаимозависимости и объясните роль, которую она играет в установлении цен на олигополистическом рынке.

Проиллюстрируйте жесткость цен на олигополистических рынках.

Воспользуйтесь «ломаной кривой спроса».

Каким образом ценовые факторы помогают фирме дифференцировать свои товары и услуги в условиях монополистической конкуренции и олигополии.

Перечислите и дайте характеристику пяти сил, действующих в модели конкуренции Портера.

Что означает ценовая дискриминация.

Объясните, как этот процесс влияет на цены и продукцию.

В чем заключается различие ценообразования по принципу «издержки плюс» и маргинальная цена.

Проанализируйте различные виды многономенклатурного ценообразования.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Контрольная работа и кейс-задание.

Контрольная работа

1. Средняя цена тура компании Р составляет 74,6 тыс.руб. (без НДС); в том числе переменные затраты – 58 тыс.руб. Сумма постоянных затрат компании за месяц – 780 тыс.руб. Рассчитать: сумму маржинального дохода (или «сумму покрытия»); долю маржинального дохода (или «коэффициент покрытия») порог рентабельности. Каким будет финансовый результат агентства, если выручка за месяц составит: а) 5 млн.руб., б) 3 млн.руб. Каким будет запас прочности при таких значениях выручки?

2.Сумма постоянных затрат компании равна 2400 тыс.руб. в год. Цена реализации единицы продукции – 12,0 тыс.руб. Сумма переменных затрат на единицу продукции – 10,0 тыс.руб. Рассчитать порог рентабельности.

3. Средняя цена тура составила 92,6 тыс.руб., в том числе переменные затраты 78 тыс.руб. Сумма постоянных затрат за месяц равна 780 тыс.руб. Каким будет финансовый результат турагентства, если годовая выручка составит: а)4 млн.руб, б) 5 млн.руб. Рассчитать сумму и долю маржинального дохода, порог рентабельности, запас прочности.

4. В прошлом году выручка компании (гостиничные сети) составила 13000 млн.руб., прибыль - 1200 млн.руб. Прогнозная выручка планируемого года 13800 млн.руб. Сила операционного рычага равна 2,1 (останется неименной). Рассчитать ожидаемую сумму прибыли в текущем году; рентабельность продаж по годам. Сформулировать выводы.

5. В прошлом году выручка компании Д (туроператор) составила 2300 млн.руб., прибыль 210 млн.руб. Прогнозная выручка на текущий год составляет 3380 млн. руб. Сила операционного рычага – 1,8 (останется неименной). Рассчитать ожидаемую сумму прибыли в текущем году. Рассчитать рентабельность продаж по годам. Сделать выводы. За счет какого главного фактора произошло изменение рентабельности?

Кейс-задание

Кейс - управление структурами туристского холдинга

Кейс - управление структурами туристского холдинга ОАО «Стар Турист Альянс» - российская туристическая компания. Полное наименование — Открытое акционерное общество ОАО «Стар Турист Альянс». Штаб-квартира расположена в Москве. Компания ведет свою историю с 1928 г., когда ряд московских гостиниц и ресторанов, реквизированных советской властью у прежних собственников, был передан в управление «Тресту гостиниц и ресторанов». Этот трест функционировал, под разными названиями, вплоть до 90-х годов XX века. В 1994 г. на его основе было создано ОАО «Стар Турист Альянс». Компания в настоящее время занимает в России около 8% на рынке въездного туризма, обслуживая более 350 тыс. туристов в год. В её структуру входит 45 дочерних компаний. ОАО «Стар Турист Альянс» представляет собой группу компаний. управляющую компанию и сорок пять юридических лиц, сгруппированных в четыре бизнес дивизиона: туроперирование — «НТК Стар Турист», гостиничный бизнес — «Стар Турист Отель Групп», розничные продажи турпродукта — «Стар Турист Магазин Путешествий», транспортные услуги — «Стар Турист Транспортные Услуги». Компания присутствует в 78 регионах Российской Федерации. Компания сотрудничает с 6300 партнерами в 162 странах мира. ОАО «Стар Турист Альянс» имеет дочерние туристические фирмы в США, Польше, Великобритании, Канаде, Швеции, Белоруссии, Украине. В 2008 г. ОАО «Стар Турист Альянс» провела консолидацию туроператорских активов, создав ОАО «НТК Стар Турист», путем объединения трех крупных туроператоров России: «Стар Турист», «Бетатур» и «Трэвел нет». Задача дивизиона — формирование туристических продуктов для рынков въездного, выездного и внутреннего туризма.

Задание.

1. ОАО «Стар Турист Альянс» на внутреннем рынке представлено десятками компаний юридических лиц. Как организовать управление финансами в целом по корпорации?

Полностью централизовать; полностью децентрализовать; централизовать частично? Приведите примеры. Подготовьте обоснование по избранному Вами варианту.
2. Как организовать управление на уровне дивизиона, по направлениям деятельности. Разработайте предложения, обоснование.
3. Принятая ранее линейно-функциональная структура управления в современных условиях показала свою неэффективность. Переход к дивизиональной структуре управления за три года не дал ожидаемого эффекта. Необходимо разработать новую структуру управления (матричного или иного типа), позволяющую результативно управлять деятельностью всех предприятий группы компаний «по продуктам», «по территориям»», «по проектам», в комплексе. Предложите структуру управления компанией в целом, ее стратегическими бизнес единицами, юридическими лицами, филиалами. Представьте схемы и обоснование.
4. Какую стратегию развития принять для группы компаний в целом? Приведите обоснование. Как обеспечить преемственность стратегий развития в каждом из дочерних предприятий? Должны ли они просто копировать корпоративную стратегию в целом? Какие будут иметь особенности в каждом предприятии? Приведите примеры для дочерних предприятий разных видов деятельности.
5. Какие функциональные стратегии целесообразно разрабатывать и реализовывать на уровне дивизионов корпорации? Составьте «портфель» функциональных стратегий. Приведите обоснование.

Методические рекомендации см в разделе 2

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.1. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополи.

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Типы рыночных структур.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Влияние совершенной конкуренции и монополии на принятие решений менеджерами.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Способы прироста стоимости фирмы.
2. Методическая база управленческой экономики.
3. Закон массового производства: примеры влияния на де-тельность организации.
4. Закон самофинансирования: примеры влияния на деятельность организации.
5. Закон соответствия отношений постоянных затрат к переменным и относительной цены:
6. примеры влияния на деятельность организации.
7. Закон снижения себестоимости продукции с увеличением объема выпуска, срока нахождения в серийном производстве: примеры влияния на деятельность организации.
8. Закон соответствия номенклатуры, качества и объема продукции потребностям и условиям спроса: примеры влияния на деятельность организации.
9. Закон возмещения затрат на производство и сбыт продукции: примеры влияния на деятельность организации.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Отличительные особенности монополистической конкуренции.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Ценообразование на олигополистическом рынке	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Решение о ценах и объеме производства на монопольном рынке	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Естественная монополия и методы ее регулирования.
2. Внешнеторговая политика в условиях несовершенной конкуренции на мировом рынке.
3. Практика антитрестовского законодательства и антимонопольного регулирования.
4. Цели основных категорий людей в бизнесе, их основные роли и экономические аспекты деятельности.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: дискуссия

Перечень тем дискуссии к темам раздела 3:

Рассмотрите типы решений относительно эффективности намечаемых капиталовложений компании (достоинства и недостатки инвестиционных проектов).

Проанализируйте основные методы оценки программы капиталовложений – метод окупаемости и метод оценки прибыли на инвестированный капитал.

Дайте определение стоимости капитала.

Рассчитайте стоимость долга, стоимость акций, взвешенная средняя стоимость капитала.

Дайте определение лимитирования финансовых средств для инвестиций.
Дайте определение риска и неопределенности.
С какими источниками риска сталкивается бизнес.
Опишите и рассчитайте возможные параметры риска – ожидаемое значение, среднее квадратичное отклонение, коэффициент изменчивости.
Опишите, каким образом производятся вычисления при моделировании и построении дерева решений.
Объясните, каким образом реальные возможности могут облегчить экономический анализ эффективности намечаемых капитальных вложений.
Объясните смысл термина «глобализация».
Дайте определение валютного курса и опишите несколько методов хеджитирования.
Раскройте причины и необходимость для компании прямых заграничных капиталовложений.
Общее и различия экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений для МНК (многонациональных корпораций) и национальных компаний.
Назовите основные функции правительства в рыночной экономике.
Объясните ход рассуждений в теореме Коуза относительно того, что для нивелирования внешних эффектов рынка вовсе не обязательно вмешательства правительства.
Причины, по которым происходит слияние фирм.
Проанализируйте процесс, с помощью которого частная компания гарантирует себе получение правительственного заказа.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – Контрольная работа и кейс-задание.

Контрольная работа

1. Сила операционного рычага компании – 1,9 в текущем году. В планируемом году этот коэффициент не изменится. Выручка отчетного года -14,9 млн.руб. Прибыль в отчетном году

составила 1,3 млн.руб. Прогнозируемая выручка в планируемом году – 15,4 млн.руб.Что будет с прибылью в планируемом году? Рассчитать показатель ROS по годам. Сформулировать выводы.

2. Кафе торгует товарами собственного производства и покупными. Маржа по товарам собственного производства – 29,9%. Маржа по покупным товарам – 32,3%. Переменные затраты составляют 18,9% к обороту. Постоянные затраты составляют 22,5 млн.руб. за год. Фактическая выручка составила 132,3 млн.руб. за год. Рассчитать среднюю маржу по всему ассортименту, порог рентабельности, запас прочности, финансовый результат; силу операционного рычага. Сформулировать выводы.

3. Авиачартер на пляжном направлении: 120 мест в самолете. Средняя заполняемость в настоящее время ("низкий" сезон) две трети салона (80 мест).При такой загрузке показатели (в расчете на один проданный билет): цена 7600 руб. затраты, всего 5800 руб.,в том числе:переменные 2300 руб.постоянные 3500 руб.Достигнута предварительная договоренность с фирмой – организатором юношеских соревнований об оптовой продаже блоков мест. Главное условие – 30-процентная скидка с цены билета. При реализации договоренности, заполняемость рейса в среднем составит 100 мест .Выгоден ли такой договор перевозчику? Рассчитать новую цену. Рассчитать новую себестоимость и прибыль при загрузке 100 пассажиров. Что считать минимально возможной ценой для каждого дополнительного проданного билета (что есть нижний предел цены)?

Кейс-задание

Кейс - управление структурами туристского холдинга ОАО «Стар Турист Альянс» на внутреннем рынке представлено десятками компаний, юридических лиц .В условиях глобального экономического кризиса обострились финансовые проблемы группы компаний, снизились показатели ликвидности, рентабельности. 1. С целью оптимизации затрат принято решение избавиться от непрофильных активов, непосредственно не связанных с основным бизнесом, продав отдельные компании (или долю в них) - несмотря на падающий спрос, обусловленный экономическим кризисом. Разработайте предложения по изменению структуры группы компаний, продаже непрофильных активов. Приведите обоснование. Какие альтернативы возможны при продаже компании (или доли в ее уставном капитале)? С какими инвесторами вести переговоры? О чем? Привлекать ли финансовых (инвестиционных) посредников для продажи? На каких условиях? Как использовать средства от реализации непрофильных активов? Куда направлять? Приоритеты? 2. Для преодоления убытков - какие меры организационного характера необходимо предпринять? Какие постоянные или временные подразделения создать? С какими функциями? Какие распорядительные документы подготовить и принять? Позиции этих документов? Проработайте эти вопросы с позиций финансового директора (CFO, головной офис)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМЕ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.04.02 Туризм

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Стратегическое управление туристскими проектами

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических

данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретиче-

ских знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Образовательные технологии: сущность понятия, типология. Эволюция образовательных технологий. Современные образовательные технологии

Цели занятия: сформировать систему знаний об образовательных технологиях сущности, понятии типологии, а также об эволюции образовательных технологий.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие технологии в педагогике

• Требования, предъявляемые к педагогическим технологиям

• Классификация педагогических технологий

Понятие технологии в педагогике

Термин «технология» знаком каждому современному человеку. Мы растем в окружении технологий: в промышленности и на транспорте, в индустрии красоты и торговле повсюду используются технологии, призванные сделать труд человека более продуктивным. Вполне закономерно появление технологий и в педагогической деятельности.

Впервые термин «технологии в обучении» (англ, technology in education) появился в середине 60-х годов прошлого столетия в зарубежных периодических изданиях и означал, в первую очередь, технические устройства, предназначенные для использования на учебных занятиях, а также в некоторых случаях - порядок и правила их применения. Впоследствии практика использования данного термина расширилась и им стали обозначать способ организации педагогического взаимодействия, упорядоченную совокупность применяемых методов, форм и средств обучения, алгоритм взаимодействия участников педагогического процесса и др. Обсуждение сути феномена педагогической технологии, поиск наиболее точного и полного ее определения в педагогике еще продолжается. Однако уже сейчас можно назвать основные характеристики педагогической технологии: системный характер, направленность на оптимизацию педагогического процесса, учет возможностей и потребностей субъектов педагогического взаимодействия.

Таким образом, педагогическая технология - это система методов, форм и средств передачи социального опыта, направленная на оптимизацию педагогического процесса и обеспечивающая комфортные условия для его участников.

Требования, предъявляемые к педагогическим технологиям

Основные методологические требования, предъявляемые к педагогическим технологиям, сформулированы Г.К. Сслсвко в книге «Современные образовательные технологии» (1998): концептуальность, системность, управляемость, эффективность, воспроизводимость. Для ученого, проектирующего образовательные системы и технологии, данные требования являются ориентиром, позволяющим оптимизировать процесс научного поиска. Для педагога-практика они служат критериями технологичности, позволяющими получить ответ на вопрос о том, является ли тот или иной педагогический феномен технологией.

Сущность требования концептуальности состоит в том, что каждая педагогическая технология должна опираться на определенную научную концепцию. Это нс означает, что новая педагогическая технология может появиться только после того, как будет разработана новая научная концепция. Создание новых педагогических технологий может осуществляться по принципу от теории к практике и наоборот - от практики к теории. Требование концептуальности означает, что свойства каждой педагогической технологии имеют научное объяснение.

Требование системности означает, что педагогическая технология должна обладать всеми признаками системы. К числу этих признаков относятся: 1) наличие структурных компонентов, составных частей, элементов системы. Педагогическая технология состоит из таких элементов, как методы, формы, средства. Закрепившаяся в современном педагогическом языке мода на использование термина «элементы педагогических технологий» - это ничто иное, как попытка подменить традиционное понятие методов, форм и средств новым без изменения его сущности; 2) взаимосвязанность и логическая упорядоченность элементов системы. Это означает, что в структуру педагогической технологии методы, формы и средства встроены в определенной логической последовательности и все ее компоненты взаимосвязаны; 3) целостность - исключение любого компонента системы ведет к ее разрушению. Педагогическая технология теряет свои свойства, будучи реализованной частично.

Сущность требования управляемости по отношению к педагогической технологии состоит в том, что для ее реализации необходимо, чтобы процесс педагогического взаимодействия был подчинен конкретной цели, осуществлялся в соответствии с составленным планом, чтобы на каждом этапе взаимодействия осуществлялись контроль промежуточных результатов и их коррекция (если необходимо).

Требование эффективности означает, что педагогическая технология должна гарантировать достижение определенного результата при опти мальных затратах. Гарантия определенного результата конкретизируется в свойствах каждой отдельной технологии: применение технологии обучения в сотрудничестве гарантирует развитие общеучебных и коммуникативных умений учащихся, применение технологии программированного обучения гарантирует воспитание дисциплинированности и ответственности при выполнении учебных заданий, применение деловой игры гарантирует освоение учащимися моделей профессиональной деятельности и т. д. Второй составляющей эффективности педагогической технологии является оптимальность затрат на ее реализацию. Под затратами, в первую очередь, понимается: 1) количество времени, необходимого на получение желаемого результата с помощью той или иной педагогической технологии. Технология эффективна, если ее применение позволяет получать необходимый результат в более короткие сроки, чем это достигалось традиционными методами и средствами; 2) затраты сил (умственных, физических) участников педагогического процесса, необходимые для получения результата. Технология эффективна, если она обеспечивает получение качественно более высокого результата без увеличения трудозатрат педагогов и учащихся.

Требование воспроизводимости означает, что применение одной и той же технологии различными педагогами в различных учреждениях образования при соблюдении сходных условий позволяет получать одинаковые (или близкие к ним) результаты. Воспроизводимость технологии гарантирует педагогу возможность повторить достигнутые его коллегами результаты, руководствуясь описанием технологии. Требование воспроизводимости противопоставляет технологию авторской методике. Технология - продукт тиражируемый, отчуждаемый, в отличие от авторской методики, основанной на педагогическом искусстве уникальной личности педагога-мастера.

Классификация педагогических технологий

Классификация - разделение объектов на классы, группы по определенному признаку. Классификация педагогических технологий выполняет несколько функций:

- обеспечивает системное представление имеющегося множества технологий;
- акцентирует внимание на общих и особенных чертах различных технологий;
- служит инструментом выбора технологии педагогом.

Классификация педагогических технологий по масштабности отвечает на вопрос о том, какая часть педагогического процесса в учреждении образования изменится при внедрении той или иной технологии.

Классификация педагогических технологий по масштабности

Технологии, реализуемые на отдельных этапах занятия

Технологии, охватывающие отдельное занятие

Технологии, реализуемые в масштабе учреждения образования

Технологии, реализуемые на отдельных этапах учебного занятия, требуют для своего внедрения наименьших изменений привычного хода педагогического процесса. Реализация технологий этой группы занимает, как правило, от 5 до 20 мин. Они используются для решения задач отдельных этапов учебных занятий.

Технологии, охватывающие отдельное занятие, обеспечивают комплексное решение задач его основных этапов. Временные рамки их реализации составляют, как правило, от 40 до 80 мин. К технологиям данной группы можно отнести технологию коллективного взаимообучсния, кейс-технологию.

Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Проектные и исследовательские методы обучения. Технология использования в обучении игровых методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих игр.

Цели занятия: сформировать представление о проектных и исследовательских методах обучения, технологиях использования в обучении игровых методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих игр.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Характеристики и виды образовательных технологий

К наиболее важным свойствам современных образовательных технологий относят:

концептуальность: основой для разработки выступает определенная научная идея;

целостность: все элементы, обеспечивающие качество образовательной технологии, связаны между собой;

управляемость: существуют возможности для исследования, анализа и совершенствования учебно-воспитательного процесса;

воспроизводимость: современные образовательные технологии могут быть воспроизведены большим количеством преподавателей;

эффективность: обеспечивается решение задач согласно стандартам образования при снижении финансовых, материальных и временных затрат.

Рассмотрим классификацию современных образовательных технологий с учетом их целей, содержания, методик и средств.

В зависимости от того, на каком уровне происходит их использование, образовательные технологии могут быть: общепедагогическими, предметными (частно-методическими) и локальными (модульными).

По базовой концепции: теоцентрические, натурцентрические, социоцентрические, антропоцентрические и т.д.

В зависимости от основного метода и используемых средств: репродуктивные, тренинговые, диалогические, развивающие, творческие, игровые, компьютерные, а также программного, проблемного, коммуникативного и удаленного обучения.

По формам организации: лекции с практическими занятиями, персональные, групповые, дифференцированные.

В зависимости от модели взаимодействия педагога: авторитарные, ориентированные на личность ученика, личностно-деятельностные, направленные на сотрудничество.

Тренды образовательных технологий

Lifelong Learning – непрерывный процесс обучения

Тренд Lifelong Learning неслучайно находится на верхней позиции рейтинга тенденций современных образовательных технологий. В нынешних условиях это уже стало необходимостью. Мы живем во время стремительных изменений. Меняются технологии, роботизация внедряется во многие сферы человеческой деятельности, постоянно появляется новая информация, растет спрос на необычные специальности. Чтобы обеспечить необходимый уровень компетенций, современный человек должен постоянно учиться.

Тренды образовательных технологий

Тренды образовательных технологий

Массовые открытые онлайн-курсы (МООК)

Этот тренд неразрывно связан с предыдущим. Массовые открытые интернет-курсы успешно решают две задачи:

Обеспечивают доступ к актуальным знаниям для широкого круга людей.

Создают условия для открытого и интерактивного образования.

Обучающие площадки, которые обеспечивают доступ к курсам наиболее известных мировых университетов, представлены не только за рубежом, но и в РФ.

Адаптивное образование

Сегодня это направление развития образовательных технологий набирает популярность во всех странах мира. Еще в древности учителя говорили о том, что процесс обучения должен подстраиваться под ученика. Эффективная реализация этой идеи стала возможной с развитием технологий искусственного интеллекта.

Используя адаптивные системы, можно создавать персональные обучающие программы, учитывая когнитивные возможности учащегося, его особенности восприятия и имеющийся уровень подготовки. Современные адаптивные образовательные технологии пока еще имеют некоторые ограничения. К примеру, они не работают в сфере гуманитарных знаний и в тех областях науки, где происходят регулярные изменения.

Но есть высокая вероятность, что такие ограничения будут сняты уже в ближайшее время в результате дальнейшего развития образовательных технологий.

Интегральный подход

Интегральный подход в образовательном процессе связан с обучением на стыке различных дисциплин. Для наглядности рассмотрим пример с классической медициной, которая рассматривает заболевание как физические отклонения, для лечения которых используют лекарственные методики и оперативное вмешательство.

При интегральном подходе болезни рассматривают не только в контексте физических недугов, но и с позиции психологического состояния больного, взаимоотношений в семье и обществе, а также альтернативных методик лечения. Чтобы в процессе обучения формировался востребованный специалист, необходимо развивать у учеников междисциплинарные знания, позволяющие изучать объекты со всех сторон.

Интегральный подход

Интегральный подход

Коррекция роли учителя и чат-боты

Это очень важная тенденция применения современных образовательных технологий. Уже в ближайшее время роль преподавателя может сильно измениться. Учитель из единственного источника знаний будет превращаться в куратора образовательного процесса и режиссера, который его создает. Круг задач преподавателя будет расширен за счет следующих направлений:

Может возникнуть вопрос, кто же в современных условиях будет проверять знания учеников? На данный момент это еще осуществляет учитель. Тем не менее, уже есть примеры сервисов, разрабатывающих чат-боты, направленные на автоматизацию этого процесса, чтобы упростить работу преподавателя.

Современные личностно-ориентированные образовательные технологии

Уже из самого названия становится понятно, что в центре личностно-ориентированных образовательных технологий стоит человек. Их цель состоит не в формировании изначально заложенных познавательных способностей ученика, а в их наибольшем развитии на базе имеющегося у ребенка жизненного опыта. Уже доказана высокая эффективность современных образовательных технологий такого типа. Подтверждением этому является их широкое применение.

Различают несколько методик современных образовательных технологий.

Проблемное обучение, при котором подача учителем нового материала осуществляется не в полном, подготовленном формате, а лишь его наиболее существенной части. Для дальнейшего изучения педагог дает задачи научно-исследовательского учебного характера, позволяющие ученикам самостоятельно усвоить необходимый объем знаний. Таким образом, учащиеся получают еще и практический опыт решения задач. У учеников в процессе получения знаний и навыков формируется еще и творческое мышление.

Разноуровневое обучение предполагает такой вариант организации процесса учебы, чтобы педагог, уделяя больше внимания «слабым» ученикам, не тормозил движение вперед более сильных учащихся. В итоге, те, кому знания даются непросто, получают необходимую поддержку педагога, а успешные ученики утверждаются в своих силах.

Проектные методы дают возможность ученикам осознанно подходить к выбору будущей специальности, развивают их творческие способности и удовлетворяют потребность в получении новых знаний.

Исследовательские методы ориентированы на создание условий, при которых ученики могут самостоятельно увеличивать объем своих знаний, находить познавательную информацию в удобном для себя формате и искать возможности решения творческих заданий. Другими словами, исследовательские методы современных образовательных технологий расширяют кругозор учеников и позволяют им самостоятельно выбирать скорость и направленность своего развития.

Технология обучения в сотрудничестве предполагает образовательный процесс, в котором совместно принимают участие дети и люди старшего возраста. Данная методика основана на том, что учитель подходит к обучению по схеме «от учащегося к предмету», а не наоборот. Та-

ким образом, процесс преподавания выстраивается исходя их возможностей ребенка и его потребностей.

Информационно-коммуникационные методики отличаются объемным содержанием образования, которое обеспечивается за счет применения интегрированных программ и доступа к сети интернет.

Методики сбережения здоровья предполагают равномерное распределение нагрузки на учеников. Здесь применяется разумное чередование заданий, умственная активность сочетается с минутками физкультуры. Учитель определяет оптимальное время для освоения сложного материала, самостоятельной работы учеников, а также применяет технические средства, повышающие результативность обучения.

Современные личностно-ориентированные образовательные технологии

Современные личностно-ориентированные образовательные технологии

Чтобы повысить эффективность учебных занятий в современных условиях, необходимо переосмыслить позицию учителя, изменить его подход не только к необходимости внедрения новых технологий, но и к повышению личной квалификации.

Инновационные образовательные технологии

STEAM

Название этой технологии является аббревиатурой от «science, technology, engineering, art, mathematics». Ее методологической основой выступают знания в научной, технической, инженерной, творческой и математической сферах. Основной ее особенностью является то, что учащиеся набираются знаний по всем указанным дисциплинам, выполняя практикумы и проектные работы по робототехнике, программированию, конструированию, дизайну и так далее. Возникает вопрос, почему выбраны именно эти предметы?

Всемирно известная компания LEGO решила реализовать проект под названием LEGO education. Его основной задумкой является то, что детям предлагают не только собирать конструкторы, но и создавать целые полноценные проектные работы, именуемые SPIKE Prime (компактный робот).

Цифровизация образования: задачи, инструменты, сложности

В ходе такой деятельности они получают практические навыки в области конструирования и программирования. Компания «Лего» проводила ряд исследований, которые показали, что более 65 % современных учащихся предпочитают работать в таких сферах, в связи с чем в современных образовательных технологиях активно применяются методики STEAM.

Раздел 2. ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА, КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР УПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЕМ

Тема лекционного занятия: Тема 2.1. Методика разработки программ повышения квалификации. Методика разработки программ профессиональной подготовки и переподготовки

Цели занятия: сформировать систему знаний о туристско-рекреационном районировании территории РФ, районообразующих признаках

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

В современной литературе по педагогике и педагогической психологии понятия «исследовательское обучение» и «проектное обучение», «исследовательские методы обучения» и «метод проектов» часто используются как синонимичные, хотя даже беглый взгляд позволяет увидеть существенную разницу между ними. Выяснение сходства и различий представляется принципиально важной задачей при их изучении. Понимание их истинного смысла — не просто абстрактная задача для кабинетных теоретиков. Это очень важно, прежде всего с точки зрения образовательной практики.

Например, в последнее время много говорится о «проектном обучении», «проектной деятельности школьников» как о чем-то принципиально новом и нашей традиционной российской школе не свойственном. При этом множество специалистов выражают с этим категорическое несогласие, и оно вполне обосновано. Так, например, утверждают они, разве нельзя назвать проектами и проектированием всем известные, применявшиеся много десятилетий в советской школе виды детской деятельности, такие, как: подготовка школьного спектакля, пионерского сбора, стенгазеты или военно-спортивной игры?

Ответ ясен: безусловно, идея стенгазеты — это проект, а процесс ее создания — это и проектирование, и воплощение проекта.

Но тогда возникает вопрос, о какой новизне говорят сейчас ярые сторонники «метода проектов» в образовании. Ведь даже такой простой пример со стенгазетой или школьным спектаклем убедительно свидетельствует о том, что проекты делались детьми и в советские времена, а в идее проектирования ничего принципиально нового нет. Получается, что проектирование никогда не покидало отечественную школу. Бесспорность этого утверждения способна буквально загнать в тупик каждого, кто не решит проблему адекватного использования вышеназванных терминов и не разберется в обозначаемых ими понятиях.

Принципиальная новизна того, что предлагается в наше время в качестве альтернативы традиционной, советской образовательной практике, более выражена в других терминах и понятиях — это, прежде всего, «исследовательское поведение» (exploratory behaviour), «исследовательское обучение» (exploratory education) и «исследовательские (или продуктивные) методы обучения». К сожалению, значительная часть специалистов не видят разницы между исследованием и проектированием, а исследовательское обучение отождествляют с обучением по «методу проектов».

Первым шагом на пути поиска сходства и различий между вышеназванными понятиями, вероятно, может быть обращение к их общепринятому содержанию, фиксирующемуся в разговорном языке и обыденных представлениях. Начнем с понятий «проект» и «проектирование».

Проект — слово иноязычное, происходит оно от латинского projec- tus. Уже его прямой, буквальный перевод объясняет многое — «выдающийся вперед». В современном русском языке слово «проект» имеет несколько весьма близких по смыслу значений. Так называют, во-первых, совокупность документов (расчетов, чертежей и др.), необходимых для создания какого-либо сооружения или изделия; во-вторых, это может быть предварительный текст какого-либо документа и, наконец, третье значение — какой-либо замысел или план.

В свою очередь проектирование, в наиболее упрощенном виде, можно рассматривать как процесс разработки и создания проекта (прототипа, прообраза, предполагаемого или возможного объекта или состояния). В настоящее время наряду с традиционными, веками использовавшимися видами (архитектурно-строительное, машиностроительное, технологическое и др.), существуют и другие, самостоятельные направления проектирования. К ним можно отнести проектирование: человекомашинных систем, трудовых процессов, деятельности организаций,

экологических систем, социальных явлений и процессов; существуют также инженерно-психологическое, генетическое и иные виды проектирования.

Теперь обратимся к общепринятой трактовке понятия «исследование» и специальному педагогическому термину «исследовательское обучение». Исследование в обыденном употреблении понимается преимущественно как процесс выработки новых знаний, один из видов познавательной деятельности человека. Поскольку с точки зрения теории и практики образования наибольший интерес представляют научные исследования, кратко остановимся на их специфике.

К научным исследованиям предъявляют обычно следующие требования: объективности, воспроизводимости, доказательности, точности. Результат научной деятельности, как правило, материализован в описании реальности, прогнозировании развития процессов и последствий событий. Существует это чаще всего в форме текстов, содержащих словесные описания, формулы и другие способы выражения выявленных законов.

Основные характеристики науки как системы знаний — полнота, достоверность, систематичность. Наука как вид деятельности характеризуется методом. Известно, что новые знания теоретически можно получать разными путями: через обыденный опыт, умозрение, веру, интуицию, откровение и др. Наука радикально отличается тем, что в ней единственно допустимым является научный метод. Под научным методом в данном контексте следует понимать совокупность приемов и операций эмпирического и теоретического исследования действительности, признаваемых научным сообществом.

К числу главных отличий научного исследования от всех других видов исследовательской практики человека обычно относят, по меньшей мере, три главных особенности:

• во-первых, в научном исследовании всегда присутствует стремление определять и выражать качество неизвестного при помощи известного;

• во-вторых, непременно измерять все то, что может быть измерено, показывать численное отношение изучаемого к известному;

• в-третьих, всегда определять место изучаемого в системе известного.

Соответственно этому исследовательское обучение направлено на развитие у ученика умений и навыков научного поиска. Совершенствование собственного образования в процессе, максимально напоминающем научный поиск.

Исследовательское обучение — особый подход к обучению, построенный на основе естественного стремления ребенка к самостоятельному изучению окружающего. Главная цель исследовательского обучения — формирование у ребенка готовности и способности самостоятельно, творчески осваивать новые способы деятельности в любой сфере человеческой культуры.

С точки зрения педагогической психологии и образовательной практики важно, что проектирование и исследование тесно связаны с прогнозированием, а потому могут служить эффективным инструментом развития интеллекта и креативности ребенка в обучении. Увидеть эти возможности позволит изучение особенностей действия механизмов мышления при исследовании и проектировании.

При построении прогнозов в процессе проектирования, как известно, будущее обычно раскладывается на три составляющих:

• детерминированную — полностью предсказуемую, обусловленную действием известных причин;

• вероятностную — предсказуемую с большой долей вероятности;

• случайную — принципиально не поддающуюся никакому прогнозированию.

Первая опирается преимущественно на знания и логику. Вторая требует от человека уже не столько логического, сколько альтернативного, дивергентного мышления, умения вырабатывать гипотезы. И, наконец, третья — интуиции. Напомним, что в прогностике существует закономерность: чем более развита наука, тем выше доля первой — детерминированной — части, но чем интенсивнее она развивается, тем все больше становится непрогнозируемая, случайная составляющая.

Проектирование разворачивается и развивается в основном в рамках первой — предсказуемой, детерминированной составляющей. Исследование находится преимущественно на другом полюсе — в поле третьей, случайной, подчеркну — принципиально не поддающейся никакому прогнозированию составляющей. Вторая составляющая — вероятностная — в силу своего промежуточного положения может присутствовать и при проектировании, и в так называемых «проблемных исследованиях».

Принципиальное отличие исследования от проектирования состоит в том, что исследование не предполагает создание какого-либо заранее планируемого объекта, даже его модели или прототипа. Исследование, по сути, — процесс поиска неизвестного, поиска новых знаний. Это один из видов познавательной деятельности человека.

Таким образом, проектирование и исследование — изначально принципиально разные по направленности, смыслу и содержанию виды деятельности.

Тема 2.2. Дистанционные технологии в современном мире и в образовании. Преимущества и недостатки дистанционной формы обучения

Цели занятия: сформировать систему знаний о дистанционных технологиях в современном мире и в образовании, проанализировать преимущества и недостатки дистанционной формы обучения

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Главным направлением перестройки менеджмента и его радикального усовершенствования, приспособления к современным условиям стало массовое использование новейшей компьютерной и телекоммуникационной техники, формирование на ее основе высокоэффективных информационноуправленческих технологий. Средства и методы прикладной информатики используются в менеджменте и маркетинге. Новые технологии, основанные на компьютерной технике, требуют радикальных изменений организационных структур менеджмента, его регламента, кадрового потенциала, системы документации, фиксирования и передачи информации. Особое значение имеет внедрение информационного менеджмента, значительно расширяющее возможности использования компаниями информационных ресурсов. Развитие информационного менеджмента связано с организацией системы обработки данных и знаний, последовательного их развития до уровня интегрированных автоматизированных систем управления, охватывающих по вертикали и горизонтали все уровни и звенья производства и сбыта.

В современных условиях эффективное управление представляет собой ценный ресурс организации, наряду с финансовыми, материальными, человеческими и другими ресурсами. Следовательно, повышение эффективности управленческой деятельности становится одним из направлений совершенствования деятельности предприятия в целом. Наиболее очевидным способом повышения эффективности протекания трудового процесса является его автоматизация. Но то,

что действительно, скажем, для строго формализованного производственного процесса, отнюдь не столь очевидно для такой изящной сферы, как управление. Трудности, возникающие при решении задачи автоматизированной поддержки управленческого труда, связаны с его спецификой. Управленческий труд отличается сложностью и многообразием, наличием большого числа форм и видов, многосторонними связями с различными явлениями и процессами. Это, прежде всего, труд творческий и интеллектуальный. На первый взгляд, большая его часть вообще не поддается какой-либо формализации. Поэтому автоматизация управленческой деятельности изначально связывалась только с автоматизацией некоторых вспомогательных, рутинных операций. Но бурное развитие информационных компьютерных технологий, совершенствование технической платформы и появление принципиально новых классов программных продуктов привело в наши дни к изменению подходов к автоматизации управления производством.

В настоящее время жизнь современного предприятия немыслима без применения компьютерных технологий в области управления, автоматизации документооборота, финансового и материального учета, информационной поддержки основной деятельности. Задача построения комплексной информационной системы производственного предприятия, торговой фирмы, финансовой организации, государственного учреждения при ее конкретной реализации всегда имеет свои особенности и требует индивидуального подхода. Современный человек уже не представляет свою жизнь без персональных компьютеров, мультимедиа, Интернета, медиадизайна, IP телефонии и много другого.

Влияние информационных технологий на деятельность и быт человека очевидно. Цифровые и электронные технологии обеспечили возможность накопления на одном носителе всех традиционных видов информации: текста, видео, фото изображения, анимации, цвета, звука. Такие возможности сделали доступным хранение, трансляцию и тиражирование огромных массивов информации: специальной, художественной, технической, научной, управленческой, справочной, иллюстративной.

В сфере менеджмента уже немыслимо управление персоналом без информационного обеспечения. Современная управленческая деятельность опирается на использование многочисленных видов информационных технологий в зависимости от содержания определенных этапов процесса принятия решения. Автоматизация бизнес-процессов позволяет задачи менеджмента организации перевести из сложного ежедневного труда руководителя в сферу инженерных технологий.

Современные технологии нацелены на возможность упростить труд руководителя, освободить значительную часть рабочего времени от рутинного анализа документации и разработки стратегии управления. К таким выводам приходят исследователи в области менеджмента А.Я. Кибанов, И.Н. Герчикова, А.В. Карпов, Г.И Куликов. Управленческая деятельность любой организации основывается на переработке информации и на создании новой информации, что позволяет говорить о наличии технологии призванной к преобразованию исходных данных в результативную информацию. Информационные технологии в объективе менеджмента можно рассматривать как систему методов и сбора информации.

В настоящее время мировое сообщество переживает важный исторический этап перехода от индустриальной эпохи к постиндустриальному информационному обществу. Процесс информатизации разворачивается во всех областях человеческой деятельности.

Прежде всего, следует затронуть само понятие «технология». Технология – это комплекс научных и инженерных знаний, реализованных в приемах труда, наборах материальных, техниче-

ских, энергетических, трудовых факторов производства, способах их соединения для создания продукта или услуги, отвечающих определенным требованиям.

Технология неразрывно связана с машинизацией производственного или непроизводственного, прежде всего, управленческого процесса. Управленческие технологии основываются на применении компьютеров и телекоммуникационной техники.

Жизнь современного предприятия немыслима без применения компьютерных технологий в области управления, автоматизации документооборота, финансового и материального учета, информационной поддержки основной деятельности. Задача построения комплексной информационной системы производственного предприятия, торговой фирмы, финансовой организации, государственного учреждения при ее конкретной реализации всегда имеет свои особенности и требует индивидуального подхода. Современный человек уже не представляет свою жизнь без персональных компьютеров, мультимедиа, Интернета, медиадизайна, IP-телефонии и много другого.

Влияние информационных технологий на деятельность и быт человека очевидно. Цифровые и электронные технологии обеспечили возможность накопления на одном носителе всех традиционных видов информации: текста, видео, фото изображений, анимации, цвета, звука. Такие возможности сделали доступным хранение, трансляцию и тиражирование огромных массивов информации: специальной, художественной, технической, научной, управленческой, справочной, иллюстративной.

В сфере менеджмента уже немыслимо управление персоналом без информационного обеспечения. Современная управленческая деятельность опирается на использование многочисленных видов информационных технологий в зависимости от содержания определенных этапов процесса принятия решения. Автоматизация бизнес-процессов позволяет задачи менеджмента организации перевести из сложного ежедневного труда руководителя в сферу инженерных технологий.

В деятельности крупных фирм, в особенности имеющих множество филиалов в далеко удаленных местах, передача информации является непременным и первостепенным фактором нормального функционирования фирмы. При этом особое значение приобретает обеспечение оперативности и достоверности сведений. Для многих фирм внутрифирменная система информации решает задачи организации технологического процесса и носит производственный характер. Здесь информация играет важную роль в предоставлении сведений для принятия управленческих решений и является одним из факторов, обеспечивающих снижение издержек производства и повышение его эффективности. Особую роль играет прогнозирование рыночных процессов. Важное значение имеет информация о возникновении в ходе производства отклонений от плановых показателей, требуемых принятыми оперативными решениями. Информация служит основой для подготовки соответствующих докладов, отчетов, предложений для выработки и принятия управленческих решений.

С позиции делового видения информационная система представляет собой организационные и управленческие решения, основанные на информационных технологиях, в ответ на вызов, посылаемый окружающей средой. Понимать информационные системы – это не означает быть грамотным в использовании компьютеров, менеджер должен более широко понимать сущность организации, управления и технологий информационных систем и их возможность обеспечить решение проблем в деловой окружающей среде.

Современные технологии нацелены на возможность упростить труд руководителя, освободить значительную часть рабочего времени от рутинного анализа документации и разработки стратегии управления. К таким выводам приходят исследователи в области менеджмента А.Я. Кибанов, И.Н. Герчикова, А.В. Карпов, Г.И. Куликов.

Управленческая деятельность любой организации основывается на переработке информации и на создании новой информации, что позволяет говорить о наличии технологии призванной к преобразованию исходных данных в результативную информацию. Информационные технологии в объективе менеджмента можно рассматривать как систему методов и сбора информации.

На сегодняшний день, когда многие процессы производства автоматизированы, совершенно не лишним будет затронуть тему дистанционных технологий. Что же означает данное выражение? Как мы понимаем, «дистанция» это определенный отрезок, то есть дистанционные технологии это процесс, не требующий прямого контакта человека с изготавливаемым объектом. Дистанционные технологии могут стать мощными инструментами для создания более конкурентоспособных и эффективных организаций. Такие технологии могут использоваться, чтобы перепроектировать организации, трансформируя их структуру, область действия, средства сообщения и механизмы управления работой, трудовыми процессами, изделиями и услугами

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 3. ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема лекционного занятия: Тема 3.1. Сущность и содержание развития персонала организации. Формы обучения без отрыва от производства и на месте. Наставничество.

Цели занятия: сформировать систему знаний о **сущности развития персонала организации, формах обучения без отрыва от производства и на месте.**

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Развитие персонала в организации предполагает работу по формированию типа сотрудника, всецело отвечающего потребностям достижения целей бизнеса. Интеллектуальный труд, как показывает современная действительность, является основным фактором развития и становления экономики. В настоящее время происходит формирование человеческих ресурсов с разнообразными интеллектуальными и социальными потребностями, это обусловлено образованием нового типа общества, совместно со становлением рыночной экономики. На этапе развития экономических отношений вследствие растущей роли знаний, умений и навыков, и их превращения в главный стратегический ресурс меняется роль человеческого капитала. Основоположники теории человеческого капитала отмечают следующее: каждый человек, при помощи инвестирования в самих себя, совершенствует свои знания, способности и навыки, а значительный рост капитальных вложений в свою жизнь, изменяет структуру своих доходов Видами вложений в человеческий капитал, как правило, считают получение образования, подготовку и обучение на производстве, охрану здоровья, тренинги, мотивацию, самообучение. Получение образования, подготовка и обучение непосредственно на производстве повышают уровень знаний кадров, тем самым повышают объем и качество

человеческого капитала. Охрана здоровья, продлевает срок 8 продуктивной работоспособности человека и сокращает заболеваемость и смертность. Мотивация трудовой деятельности персонала повышению результативности и эффективности деятельности. способствует Большинство предприятий стремятся постоянно совершенствовать методы увеличения уровня эффективности и производительности трудовой деятельности в организации. Основной целью управления персоналом организации является обеспечение достижения поставленных целей предприятия при содействии человеческих ресурсов. Так все большую роль имеет не только эффективный отбор и прием персонала, но и дальнейшее развитие кадров. Таким образом, предприятие должно обеспечить работникам возможность постоянного развития, совершенствования своих знаний, умений, способностей и навыков. В связи с этим руководство организации, коллегиально с отделом кадров должны планировать систему развития персонала, четко определять цели и задачи данной системы. Эффективная система развития и обучения персонала на постоянной основе позволяет: Постоянно повышать качество и профессионализм персонала, подготовить персонал к изменениям внешней и внутренней среды, которые повлияют на различного рода ситуации в организации, когда необходимо будет принимать решение; этики;обеспечить более высокую эффективность работы; оказывать влияние на формирование корпоративной культуры и позволяет персоналу адаптироваться к требованиям и современным тенденциям на рынке труда.

Рассмотрим каждый из составляющих элементов развития персонала более подробно: Адаптация — приспособление организма, индивидуума, коллектива к изменяющимся условиям среды или к своим внутренним изменениям, что приводит к повышению эффективности их существования и функционирования Мотивация — это соотношение между поведением человека и причинами, которые обусловливают это поведение; совокупность психологических явлений, в которых отражается наличие в человеческой психике определенной готовности, направляющей к достижению цели Планирование карьеры персонала является важным этапом управления развитием персонала. Продвижение (карьера) персонала это поступательное продвижение личности в какой-либо сфере деятельности, изменение способностей, знаний, умений и навыков, квалификационных возможностей и размеров вознаграждения, связанных с трудовой деятельностью С помощью планирования карьеры отдел кадров предприятия, обеспечивает постоянный приток квалифицированных кадров, тем самым имеет возможность удовлетворить внутренние потребности в персонале. Непосредственно для работника компании планирование карьеры способствует удовлетворению собственных амбиций, карьерному успеху, способствует развитию внутренних резервов для успешного продвижения по карьерной лестнице, укрепляет уверенность в своей деятельности. Планирование карьеры сотрудников состоит в определении целей, задач и путей, ведущих к достижению профессионального развития. Реализация плана развития карьеры предполагает, с одной стороны, последовательное занятие должностей по карьерной лестнице, при необходимости обширного опыта работы, с целью достижения целевой должности, а с другой приобретение требуемой для занятия целевой должности квалификации. Планирование и управление развитием деловой карьеры персонала требует от сотрудника и от предприятия определенных дополнительных усилий, но в то же время предоставляет целый ряд преимуществ, как самому работнику, так и предприятию, в котором он выполняет свою трудовую деятельность Обучение это процесс целенаправленного формирования у сотрудников организации специальных знаний, умений и навыков, которые позволяют повышать результативность и производительность трудовой деятельности, максимально качественно выполнять функциональные обязанности, осваивать новые виды деятельности с целью достижения стратегических

целей организации. Более широкое определение понятия «обучение персонала» дают авторы Базарова Т.Ю. и Еремина Б.Л.: «обучение персонала — кадровая программа развития персонала, ориентированная на передачу новых знаний по важным для организации направлениям, умений разрешать конкретные 12 производственные ситуации и значимых ситуациях» опыта поведения в профессионально Кибанов А.Я., как специалист в сфере управления персоналом, определяет «профессиональное образование как одно из звеньев непрерывного образования личности, процесс подготовки человека к профессии, определенному виду трудовой деятельности» Также согласно А.Я. Кибанову, выделяют 3 вида обучения: 1. Подготовка кадров. Обучение с целью получения специальных знаний, умений и навыков; 2. Повышение квалификации кадров. Обучение с целью совершенствования приобретенных ранее знаний, навыков и умений в связи с повышением требований к профессии; 3. Переподготовка кадров. Обучение ради получения совершенно новых знаний, умений и навыков, требуемых для овладения новой профессией. Следует отметить, что существует несколько концепций обучения квалифицированных кадров: этап Концепция специализированного обучения – ориентирована на развития и соответствует конкретному рабочему месту. Эффективность такого обучения заключается в небольших временных затрат. Концепция много профильного обучения направлена на повышение внутрипроизводственной и внепроизводственной мобильности сотрудника. Концепция обучения, ориентированного на личность, в основе которой лежит развитие человеческих качеств и ориентировано преимущественно на руководителей Мотивация сотрудников, как одна из составляющих развития персонала, определяется следующими факторами: уровень заработной платы, премии; ответственность и понимание важности своей рабочей деятельности, интерес к процессу рабочей деятельности; признание со стороны коллег и непосредственных руководителей и высшего руководства; полным доведением до сотрудника целей и задач порученной им работы; эффективно налаженной системой контроля за выполнением работы; эффективностью условий, созданных на предприятии для обеспечения развития и обучения кадров; наличием просторных офисных помещений, вычислительной и множительной техники и т. п. Одним из наиважнейших критериев при поиске и отборе новых работников является способность к обучению, к усвоению новых знаний и овладению новыми навыками. В последнее время большинство предприятий придают все большее значение подбору кандидатов на вакантные должности, которые могут и хотят получать новые знания. Зачастую для сотрудников новичков обучение следует сразу за процедурой подбора. При этом первичное обучение тесно связано с процессом адаптации сотрудника на предприятии.

Тема лекционного занятия: Тема 3.2. Карьера, ее планирование и управление. Кадровый резерв и управление талантами.

Цели занятия: сформировать систему знаний о карьере, ее планировании и управлении, кадровом резерве и управлении талантами.

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Кадровый резерв уходит в прошлое. Передовые компании больше не ищут среди сотрудников суперзвезд — они оценивают результативность и потенциал всего персонала, а затем продви-

гают лучших и увольняют худших. Только так можно построить полноценную систему работы с талантами — TalentManagement.

Большинству HR-менеджеров известно, что внутренний наем гораздо эффективнее внешнего. У сотрудников, нанятых извне, в четыре раза ниже вероятность попасть в лидеры рейтинга результативности персонала, а также в четыре раза выше шансы оказаться в самом низу этого рейтинга, чем у сотрудников, продвигаемых изнутри компании (Bidwell, 2011) (1).По данным исследования, человеку, нанятому на открытом рынке, требуется три года, чтобы сравняться по эффективности с сотрудником, нанятым изнутри. При этом внешним кандидатам платят на 18% больше, чем внутренним.

По нашему мнению, развитие ТМ в организации проходит ряд этапов, или стадий зрелости.

1. ТМ отсутствует. Все назначения основываются на субъективном мнении руководителя.
2. ТМ как проект. Время от времени в компании происходит поиск талантов и выдвижение определенных сотрудников в кадровый резерв.
3. ТМ как процесс. Компания ведет регулярный мониторинг талантов, выполняя цикл логически взаимосвязанных этапов работы, рассчитанный на 1–2 года. На выходе процесса бизнес получает полную картину того, какие люди (сильные, средние, слабые) работают в организации, а также ясное представление об их потенциале.
4. Проактивное управление талантами. Каждый сотрудник, зная свои сильные и слабые стороны, понимает, на какие позиции внутри компании он может и хочет претендовать. Компания при составлении программы развития учитывает его личные профессиональные цели и, в свою очередь, делает все, чтобы обеспечить максимальную соревновательность на внутреннем рынке труда.

Управление талантами как процесс традиционно состоит из шести основных элементов:

1. Оценка результатов. Перед каждым сотрудником ставят цели и оценивают уровень их достижения.
2. Оценка компетенций, проявляемых в повседневном рабочем поведении сотрудника. Как правило, сотрудника оценивает непосредственный руководитель, иногда — коллеги и подчиненные (1 и 2 элементы составляют систему управления эффективностью PerformanceManagement).
3. Оценка потенциала. Это очень важный элемент, поскольку оценка результатов и рабочего поведения имеет отношение к прошлому, но не гарантирует результата в будущем. Бывает также, что сотрудник с высоким потенциалом показывает низкие результаты, — и тогда надо разбираться, в чем причина.
4. Карьерное планирование. План карьеры каждого сотрудника обсуждается на сессии карьерного планирования или на заседании кадрового комитета.
5. Развитие и карьерное наставничество. Для каждого сотрудника формулируются цели развития, руководитель поддерживает своих подчиненных в их достижении.
6. Принятие кадровых решений. Лучших сотрудников повышают, худших увольняют, прочих оставляют на месте или предлагают им программы горизонтальной ротации.

Понятие **«кадровый резерв»** можно определить как группу работников, которые, во-первых, потенциально способны к руководящей деятельности; во-вторых, отвечают требованиям, соответствующим должности того или иного ранга; в- третьих, прошли отбор и целевую квалификационную подготовку. Подготовка кадрового резерва представляет собой функциональный бизнес-процесс HR-службы, направленный на обеспечение преемственности управленческих

кадров, предотвращение проблем, возникающих в случае ухода ключевых менеджеров, а также профессиональный рост сотрудников.

Карьера – это осознанная траектория движения человека в рамках профессии или организации.

В широком смысле карьерой называют успешную реализацию своих умений, знаний и навыков. При этом понятие деловой карьеры отличается тем, что за реализацией следует продвижение в вашей деятельности, что влечет за собой настоящий успех. К сожалению, подавляющее большинство наших соотечественников не понимает, чем карьера отличается от работы. Проясним и это.

Карьера позволяет получать более высокие и ответственные должности, зарплату и развивать свои профессиональные навыки.

Работа, в свою очередь, представляет собой рутинный труд, который можно выполнять каждый день много лет подряд и «топтаться на одном месте».

Выделяют такие виды, как внутриорганизационная и межорганизационная карьера. Первая предполагает, что человек развивается и совершенствуется как специалист и профессионал в рамках одной компании, вторая же – это карьера в одной области, но в разных компаниях.

Как первый, так и второй виды карьеры реализуются в 3 направлениях:

Вертикальная карьера – подъем на более высокую ступень структурной иерархии.

Горизонтальная карьера – перемещение сотрудника в другую функциональную область деятельности. Горизонтальная карьера – это карьера специалиста.

Центростремительное направление – движение работника к руководству организацией.

Человек в процессе трудовой деятельности осознанно движется по той траектории в рамках профессии или организации, которая им однажды выбрана и соответствует его навыкам, способностям, квалификационным возможностям, амбициям и ожидаемым вознаграждениям.

Типы

Можно выделить 7 типов профессиональной карьеры:

Суперавантюрная карьера предполагает очень высокую скорость продвижения с пропуском некоторых этапов карьерного развития, либо резкую смену сферы деятельности.

Случайная – как основа стечение обстоятельств.

Совместная – продвижение с лидером.

Традиционная карьера – постепенное продвижение вверх, когда все зависит от управленческих качеств человека, в малой степени от протекции и связей.

Последовательная карьера – кризисный тип, характерен для периодов изменений, которые предполагают приспособление руководителя.

Прагматичная карьера – смена сферы деятельности в связи с изменениями внешней среды.

Отбывающий тип карьеры – свойственен руководителю, когда удержать занимаемую должность единственная цель.

Преобразующий тип карьеры – смена сферы деятельности с высокой скоростью продвижения, целеустремленность.

Эволюционный тип карьеры – ростом организации обусловлен должностной рост.

В зависимости от социально-экономической ситуации формы собственности и сферы деятельности формируется преобладание типов карьеры.

Этапы

В ходе деловой карьеры человек обычно проходит через 5 ее этапов:

Предварительный этап – если вам до 25 лет и вы готовитесь к трудовой деятельности, а также озабочены выбором области, то вы точно на этом этапе.

Этап становления – если вам до 30 лет, вы осваиваете работу и развиваете профессиональные навыки.

Этап продвижения – вам до 45 лет, вы профессионально развиты и самореализуетесь.

Этап завершения – вы уже старше 60 лет, готовитесь к переходу на пенсию, озабочены поиском и обучением собственной смены.

Пенсионный этап – после 65 лет, вы заняты совершенно другой деятельностью, и вовсе не обязательно трудовой.

Факторы развития карьеры

Хорошее образование, опыт работы в крупных корпорациях, серьезные должности, диплом MBA, сертификаты об окончании полезных для профессии курсов – никто не спорит, это весомые факторы, влияющие на развитие карьеры. Но если говорить объективно, всё перечисленное – это скорее строчки в резюме.< Потому что реальные факторы успешной карьеры – они субъективные. Это готовность к переменам. Это желание развиваться в рамках выбранной специализации, а не рядом с текущим работодателем. Попросту, это лёгкость на подъем, которая присуща молодому поколению соискателей. Впрочем, поколение X и старше также адаптировалось к реалиям современного рынка труда. Следовательно, самый главный фактор, влияющий на карьеру – это понимание работником, что каждые 3-4 года весьма желательно:

Развивать карьеру в вертикальном направлении. То есть, передвигаться по карьерной лестнице вверх в одной и той же компании.

Развивать карьеру в горизонтальном направлении. То есть, менять отдел, направление, специализацию, расширять круг своих обязанностей, становиться более универсальным специалистом. Эти возможности также доступны в рамках одной и той же организации.

Развивать карьеру в любом возможном направлении, поменяв работодателя. Особенно этот совет актуален в случае:

Если поменять работодателя проще, чем добиться повышения оплаты труда.

Если руководитель не предлагает вам горизонтального или вертикального роста, даже если ваш стаж работы в конкретной компании и в конкретной должности насчитывает больше двух лет.

Если ваша профессия по умолчанию предполагает регулярные карьерные повороты. Например, пять лет на должности помощника судьи – это крест на карьере юриста или госслужащего. Нельзя так долго времени проводить на стартовой позиции – есть риск «заржаветь».

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. **СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Тема занятия: Тема 1.1. Образовательные технологии: сущность понятия, типология. Эволюция образовательных технологий. Современные образовательные технологии

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

1. Образовательные технологии: сущность понятия, типология.
2. Современные образовательные технологии

Темы проектов

1. Педагогика как гуманитарная наука. Объект и предмет педагогической науки. Функции педагогики, базовые категории
2. Сущность и функции методологии педагогики. Уровни методологии педагогики.
3. Методологические подходы в педагогике, их краткая характеристика
4. Педагогическое исследование: сущность, цель, средства, результат.
5. Методы педагогического исследования и их краткая характеристика.
6. Образование как социокультурный феномен
7. Модернизация образования в единстве целевых, содержательных и процессуальных аспектов

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

Проблемная ситуация – классическое образование и современное: преимущества и недостатки

Раздел 1. Образовательные технологии: сущность понятия, типология. Эволюция образовательных технологий. Современные образовательные технологии

Тема занятия: Тема 1.2. Проектные и исследовательские методы обучения. Технология использования в обучении игровых методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих игр. Дистанционные технологии в обучении.

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

проектно-исследовательская технология; метод проектов; стимулирование интереса к обучению; проектные методы обучения. Исследовательские методы обучения; работа в группах, геймификация; варианты погружения в игру; разновидности игровых механик; динамика игры. Дистанционные технологии в обучении.

Темы проектов

1. Функции и структура деятельности педагога
2. Педагогические технологии в образовательном процессе. Критерии технологичности педагогического процесса.
3. Технология проектирования педагогического процесса.
4. Сущностные признаки личностно ориентированного обучения
5. Личностно ориентированные образовательные технологии
6. Технологии обучения, основанные на эффективном управлении и организации учебного процесса.
7. Коммуникативно-дискуссионные технологии обучения.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

Современные авторские образовательные технологии. Современные цифровые технологии в образовании. Проектно-исследовательская технология; метод проектов; стимулирование интереса к обучению; проектные методы обучения; исследовательские методы обучения; работа в группах, геймификация; варианты погружения в игру; разновидности игровых механик; динамика игры.

Раздел 2. ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА, КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР УПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЕМ

Тема занятия: Тема 2.1. Методика разработки программ повышения квалификации. Методика разработки программ профессиональной подготовки и переподготовки

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

Мероприятия, направленные на повышение квалификации и совершенствование психологических характеристик работников; системы, направленные на развитие персонала; методы, стратегии, технологии; карта тупи сотрудника. Использование профессиональных стандартов в обучении, повышении квалификации и переподготовке сотрудников сферы туризма. Задачи профессиональной деятельности. Профессиональные компетенции. Контроль результатов освоения программ профессиональной подготовки.

Темы проектов

Разработать программу повышения квалификации для сотрудников турагентства в дистанционном формате на 16 часов по плану:

- цель, задачи программы
- планируемые результаты обучения
- учебно-тематический план (наименование модулей и количество лекций и практических занятий, предусмотренных на каждый модуль. Модулей должно быть не менее 2 и не более 4)
- методические указания по освоению программы
- контроль и освоение результатов освоения программы
- рекомендуемая литература

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

Рекомендуемые направления программ повышения квалификации (одно на выбор студента)

1. Государственное регулирование в сфере туризма и гостеприимства
2. Технологии продаж турпродукта
3. Технологии продвижения турпродукта
4. Особенности современного маркетинга в туризме
5. Гид-экскурсовод
6. Инновационные методики обучения специалистов в сфере туризма и гостеприимства
7. Управление клиентским опытом в туризме
8. Управление персоналом в туризме и гостеприимстве
9. Информационные технологи в туризме
10. Транспортное обслуживание в туризме
11. Страхование жизни и имущества туристов.
12. Документационное обеспечение туров
13. Маркетинг туристских территорий
14. Стратегическое управление туризмом на различных уровнях

РАЗДЕЛ 2. ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА, КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР УПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЕМ

Тема занятия: Тема 2.2. Дистанционные технологии в современном мире и в образовании. Преимущества и недостатки дистанционной формы обучения

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

Преимущества дистанционной формы обучения: экономия времени, адаптивность для людей с ОВЗ, гибкость, массовость, доступность и др. Недостатки дистанционного обучения: слабая обратная связь, технические ограничения, отсутствие прямого контакта преподавателя с обучающимися, необходимость высокой самодисциплины и самоконтроля.

Темы проектов

Форма практического задания: кейс-задание

Разработать программу повышения квалификации для сотрудников турагентства в дистанционном формате на 16 часов по плану:

- цель, задачи программы
- планируемые результаты обучения
- учебно-тематический план (наименование модулей и количество лекций и практических занятий, предусмотренных на каждый модуль. Модулей должно быть не менее 2 и не более 4)
- методические указания по освоению программы
- контроль и освоение результатов освоения программы
- рекомендуемая литература

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

Составить 10 тестовых заданий для контроля освоения раздела 2. Из них 3 задания должны представлять собой варианты закрытого типа с одним верным вариантом ответа, 3 задания – с несколькими верными вариантами ответа. 2 задания – открытого типа, т.е. должны быть направлены на дополнение фразы одним или несколькими словами, 2 задания должны быть

направлены на установление соответствия или последовательности. Составить ключ правильных ответов любым удобным методом.

Раздел 3. ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема занятия: Тема 3.1. Сущность и содержание развития персонала организации. Формы обучения без отрыва от производства и на месте. Наставничество.

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

Содержание развития персонала. Активизация потенциала сотрудников. Поощрение инноваций и творчества. Формы развития персонала. Эффективность развития персонала. Связь с повышением эффективности работы и конкурентоспособностью организации.

Темы проектов

1. Управление деловой карьерой как вид деятельности.
2. Управление индивидуальной карьерой и совместной деятельностью.
3. Управление карьерой как потребность и как фактор успеха деятельности.
4. Роль управления карьерой в развитии экономики, производства и общества.
5. Анализ существующих парадигм в понимании управления деловой карьеры.
6. Карьера и ее виды.
7. Этапы жизненного пути и карьеры работника.
8. Основные модели карьеры и их специфика.
9. Субъекты управления карьерой и их функции.
10. Карьера как объект управления.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Организация работы по управлению карьерными процессами в организации.
2. Самомотивация носителя карьеры.
3. Факторы принятия карьерных решений.
4. Деятельность по управлению карьерными процессами в организации.
5. Основные условия эффективности деятельности по управлению карьерными процессами.
6. Планирование карьерных процессов в организации.
7. Чем системы планирования карьеры отличаются друг от друга?
8. В чем суть понятия «управление карьерой»?
9. Отбор и наём персонала и управление карьерой.
10. Деловая оценка и управление карьерой.
11. Обучение персонала и управление карьерой.
12. Виды должностного перемещения работников.
13. Перемещения работников и управление карьерой.
14. Индивидуальное планирование карьеры.
15. Карьерные цели и их постановка.

РАЗДЕЛ 3. **ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Тема занятия: Тема 3.2. Карьера, ее планирование и управление. Кадровый резерв и управление талантами.

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

Типы и этапы карьеры. Основы планирования карьеры. Управление карьерой в организации. кадровый резерв, его виды и принципы формирования. Работа с персоналом, зачисленным в кадровый резерв. Понятие, базовые принципы, кадровая политика и программы разви-

тия; технология управления талантами персонала как инновационный метод повышения конкурентоспособности организации; управление талантами как HR-технология.

Темы проектов

Форма практического задания: кейс-задание

1. Управление деловой карьерой как вид деятельности.
2. Управление индивидуальной карьерой и совместной деятельностью.
3. Управление карьерой как потребность и как фактор успеха деятельности.
4. Роль управления карьерой в развитии экономики, производства и общества.
5. Анализ существующих парадигм в понимании управления деловой карьеры.
6. Карьера и ее виды.

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

Составить 10 тестовых заданий для контроля освоения раздела 2. Из них 3 задания должны представлять собой варианты закрытого типа с одним верным вариантом ответа, 3 задания – с несколькими верными вариантами ответа. 2 задания – открытого типа, т.е. должны быть направлены на дополнение фразы одним или несколькими словами, 2 задания должны быть направлены на установление соответствия или последовательности. Составить ключ правильных ответов любым удобным методом.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Современные образовательные технологии	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
	Выполнение кейс-задания
	Подготовка проекта
Раздел 2. Обучение персонала, как главный фактор управления его развитием	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
	Выполнение кейс - задания
	Подготовка проекта
Раздел 3. Основы развития персонала	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
	Выполнение кейс - задания
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Типологические признаки проектов
2. Метод проектов

3. Формирование творческих групп
4. Проектная деятельность в образовании
1. Роли педагога в проектной деятельности
2. Методы проектирования образовательных программ
3. Качественный анализ образовательных программ
4. Отраслевая специфика методик дополнительного образования
5. Законодательная база реализации процесс обучения различными организациями

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 1:

1. Соревнование
2. Открытие новых элементов
3. Коллекционирование достижений и бейджей
4. Развитие виртуальных навыков
1. Развитие игрового персонажа.
2. Понятие профессиональной переподготовки
3. Особенности профессиональной переподготовки в индустрии туризма
4. Профессиональные стандарты в туризме
5. Профессиональные стандарты в гостеприимстве и общественном питании

Названия кейс-заданий к Разделу 1:

проведение занятия с использованием исследовательских и игровых методов обучения.

Задание: Цель проекта: Изучение влияния игровых методов на эффективность обучения, выявление оптимальных педагогических условий применения игровых методов на уроках экономических дисциплин, ориентированных на развитие профессиональных компетенций

Задачи проекта:

1) Провести анализ педагогической литературы;

2) Разработать программу проведения итогового занятия с применением игровых методов;

3) Разработать методику применения игр на уроках экономических дисциплин;

4) Составить систему уроков с использованием игровых методов;

5) Провести педагогический эксперимент по выявлению эффективности разработанной методики.

Целевая группа: обучающиеся 3-4 курса по направлению «Туризм», квалификация бакалавр.

Объектом исследования являются игровые методы и приемы в организации учебно-воспитательного процесса на занятиях.

Предмет исследования: Использование игровых методов в проведении итоговых занятий.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2. ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА, КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР УПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЕМ

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Понятие дистанционных технологий?
2. Особенности дистанционного обучения?
3. Программные продукты для дистанционного обучения?
4. Дистанционное обучение и дистанционные технологии?
5. Отраслевые дистанционные технологии?
6. Сущность развития персонала в организации, цели и задачи
7. Принципы развития персонала
8. Методы развития персонала
9. Эффективность работы по развитию персонала
10. Разработка программы развития персонала
11. Реализация и совершенствование программы развития персонала

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 2:

1. Программы продукты для обеспечения образовательного процесса
2. Требования к ПО используемом в образовательном процессе

3. Какие ПО для каких уровней образовании наиболее востребованы
4. Практики применения ДТ в розничных сферах экономики
5. Ограничения применения ДТ в образовании

Названия кейс-заданий к Разделу 2:

1. кейс разработать программу повышения квалификации для сотрудников турагентства в дистанционном формате на 16 часов по плану:

- цель, задачи программы
- планируемые результаты обучения
- учебно-тематический план (наименование модулей и количество лекций и практических занятий, предусмотренных на каждый модуль. Модулей должно быть не менее 2 и не более 4)
- методические указания по освоению программы
- контроль и освоение результатов освоения программы
- рекомендуемая литература

1. Рекомендуемые направления программ повышения квалификации (одно на выбор студента)

1. Государственное регулирование в сфере туризма и гостеприимства
2. Технологии продаж турпродукта
3. Технологии продвижения турпродукта
4. Особенности современного маркетинга в туризме
5. Гид-экскурсовод
6. Инновационные методики обучения специалистов в сфере туризма и гостеприимства
7. Управление клиентским опытом в туризме
8. Управление персоналом в туризме и гостеприимстве
9. Информационные технологи в туризме
10. Транспортное обслуживание в туризме
11. Страхование жизни и имущества туристов.
12. Документационное обеспечение туров
13. Маркетинг туристских территорий
14. Стратегическое управление туризмом на различных уровнях

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3.

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3:

1. Принципы развития персонала
2. Методы развития персонала
3. Эффективность работы по развитию персонала
4. Разработка программы развития персонала
5. Реализация и совершенствование программы развития персонала
6. Понятие кадрового резерва, цели, задачи его формирования
7. Виды резерва
8. Процедура формирования кадрового резерва
9. Положение о кадровом резерве
10. Организация работы с кадровым резервом
11. Программа подготовки и обучения кадрового резерва
12. Практика использования метода формирования резерва в деятельности предприятий.
13. Сущность метода обучения персонала «секондмент (secondment)
14. Сущность метода обучения «шэдоуинг (shadowing)»
15. Сущность метода обучения «наставничество (mentoring)»
16. Сущность метода обучения «коучинг (coaching)»
17. Сущность метода обучения «e-learning»
18. Сущность метода обучения «сторителлинг»
19. Сущность метода обучения «ротация»

20. Сущность метода обучения «делегирование»
21. Сущность метода обучения «buddying»
22. Сущность метода обучения «усложнение задач»
23. Сущность метода обучения «case study»
24. Сущность метода обучения «welcom-тренинг» и др

Названия кейс-заданий к Разделу 2:

1. **кейс Составить 10 тестовых заданий для контроля освоения раздела 3.** Из них 3 задания должны представлять собой варианты закрытого типа с одним верным вариантом ответа, 3 задания – с несколькими верными вариантами ответа. 2 задания – открытого типа, т.е. должны быть направлены на дополнение фразы одним или несколькими словами, 2 задания должны быть направлены на установление соответствия или последовательности. Составить ключ правильных ответов любым удобным методом.
2. Цель проекта: Изучение влияния игровых методов на эффективность обучения, выявление оптимальных педагогических условий применения игровых методов на уроках экономических дисциплин, ориентированных на развитие профессиональных компетенций
2. Задачи проекта:
   1) Провести анализ педагогической литературы;
3. 2) Разработать программу проведения итогового занятия с применением игровых методов;
4. 3) Разработать методику применения игр на уроках экономических дисциплин;
5. 4) Составить систему уроков с использованием игровых методов;
6. 5) Провести педагогический эксперимент по выявлению эффективности разработанной методики.
7. Целевая группа: обучающиеся 3-4 курса по направлению «Туризм», квалификация бакалавр.
8. Объектом исследования являются игровые методы и приемы в организации учебно-воспитательного процесса на занятиях.
9. Предмет исследования: Использование игровых методов в проведении итоговых занятий.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Тема 1.1. Образовательные технологии: сущность понятия, типология. Эволюция образовательных технологий. Современные образовательные технологии





Тема 1.2. Проектные и исследовательские методы обучения. Технология использования в обучении игровых методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих игр. Дистанционные технологии в обучении.





РАЗДЕЛ 2. ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА, КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР УПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЕМ

Тема 2.1. Методика разработки программ повышения квалификации. Методика разработки программ профессиональной подготовки и переподготовки





Тема 2.2. Дистанционные технологии в современном мире и в образовании. Преимущества и недостатки дистанционной формы обучения



Раздел 3. ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 1. Сущность и содержание развития персонала организации. Формы обучения без отрыва от производства и на месте. Наставничество.

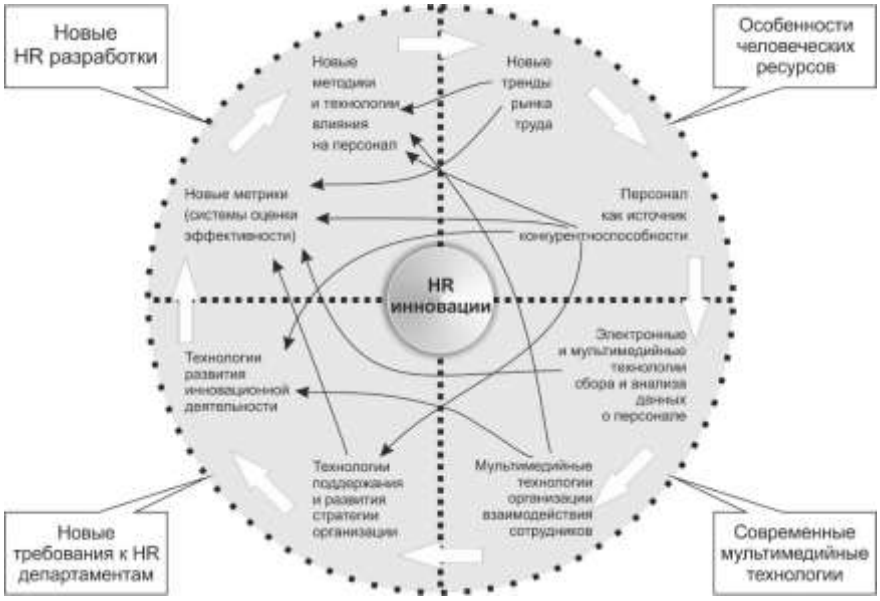


Тема 2. Карьера, ее планирование и управление. Кадровый резерв и управление талантами.






Процессы управления талантами
Он-Бординг – адаптация новых сотрудников. Ориентация, развитие и обучение начиная с «Дня 1»
Рекрутинг – поиск, отбор и найм лучших кандидатов, использование современных технологий социального рекрутинга и SEO
Компенсации – снижение рисков, управление бюджетами и удержание лучших работников
Обучение – решения нового поколения для развития талантов и обучения всех категорий работников, партнеров и контрагентов
Цели и Эффективность – Связь целей организации с целями сотрудников, каскадирование, оценка эффективности
Кадровый резерв и Карьерное планирование – создание кадрового резерва, управление рисками, вовлечение и удержание работников


Новые HR разработки
Особенности человеческих ресурсов
Новые методики и технологии влияния на персонал
Новые тренды рынка труда
Новые метрики (системы оценки эффективности)
Персонал как источник конкурентоспособности
HR инновации
Технологии развития инновационной деятельности
Электронные и мультимедийные технологии сбора и анализа данных о персонале
Технологии поддержания и развития стратегии организации
Мультимедийные технологии организации взаимодействия сотрудников
Новые требования к HR департаментам
Современные мультимедийные технологии

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве	
Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество	Различные подходы к содержанию понятия «качество». Основные понятия и определения в области качества. Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством. Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества. Значение повышения качества на макроуровне. Концепция пост индустриальной экономики.
Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма	Качество как социально-экономическая категория и объект управления. Этапы эволюции управления качеством. Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления. Особенности туристских предприятий как объектов управления. Инструменты управления качеством. Диаграмма Парето. Диаграмма Исикавы. АВС-анализ. Контрольный листок. Функциональные инструменты управления качеством.
Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства	
Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства	История возникновения и развития ресторанных сетей. Виды ресторанных сетевых предпринимательских структур, специфика их функционирования. Франчайзинговые сети: определение, основные характеристики, особенности управления. Примеры успешной деятельности ресторанных сетей за рубежом. Сетевые рестораны в России.
Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и	Понятие стандартизации. Понятие сертификата и процедуры сертификации. Виды сертификатов. Сертификация как

гостеприимства	подтверждение соответствия стандарту. Виды сертификации.
Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий	
Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК	Особенности построения СМК туристских предприятий. Требования к СМК. Этапы внедрения СМК в. Роль персонала предприятия при внедрении СМК. Политика в области качества туристского предприятия. Порядок разработки документации СМК. Состав документов СМК. Разработка основных внутренних документов СМК. Разработка вспомогательных внутренних документов по СМК. Политика качества. Критерии затрат на СМК. Организационные структуры СМК. Ответственные лица. Подготовка предприятия к введению СМК. Обучение персонала. Организационные изменения. Оценка рисков. Планирование уровня качества туристской услуги.
Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства	Планирование контроля качества туристской услуги. Планирование обеспечения качества. Состав документов для сертификации СМК. Подготовка к проведению процедуры сертификации. Выбор организации для проведения процедуры сертификации. Заключение договора. Подготовка предприятия к процедуре сертификации СМК. Возможные причины отказа в сертификации. Устранение замечаний и несоответствий. Получение сертификата.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть

найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции

оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

Вопросы для самоподготовки:

1. Как качество продукции, работ и услуг влияет на конкурентоспособность предприятий?
2. Какие проблемы возникают у предприятий при снижении качества продукции, работ и услуг?
3. В чем отличие пост индустриальной экономики от индустриальной?
4. Каковы основные этапы развития понятия «качество»?
5. Дать определение понятию «Качество» с указанием источника.
6. Дать определение индустрии туризма.Какие факторы внешней и внутренней среды туристских предприятий Вы знаете?
7. Нормативно-правовая база деятельности туристского предприятия.
8. Какие аспекты качества Вам известны? Концепция «6 сигм».

Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Концепция «ZD».
2. Концепция «кайдзен».
3. Порядок проведения АВС анализа.
4. Принцип Парето и особенности его применения в индустрии туризма.
5. Управление социальной ответственностью.
6. Принципы TQM. Концепция TQM.
7. Управление качеством на основе принципов ХАССП.
8. Система экологического менеджмента.

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Какую роль играет стандартизация в рыночной экономике и жизни общества?
2. Что вы знаете об особенностях развития стандартизации в России, её проблемах и перспективах?
3. Что такое техническое регулирование?
4. Приведите примеры локальных стандартов
5. Какие международные стандарты индустрии туризма и гостеприимства Вам известны?
6. Действующие ГОСТы в индустрии туризма и гостеприимства. Основные положения. Категории стандартов, регулирующих туристскую деятельность.

Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Функциональные и технологические стандарты.
2. Стандарты обслуживания.
3. Стандарты общения персонала с потребителями туристских услуг.
4. Стандарты службы приема и размещения в гостиницах.
5. Стандарты качества. Организационная культура туристских предприятий.
6. Сетевые отели и стандарты деятельности.
   Стандарты финансового менеджмента.

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие параметры качества Вы знаете? Охарактеризуйте их.
2. В чем особенность качества услуги?
3. В чем заключается технология руководства процессами повышения качества?
4. В чем различия понятий «управление качеством» и «менеджмент качества»?
5. Объясните взаимосвязь функций качества и процессов жизненного
6. цикла продукции.

Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. В чём особенности процесса управления трудовыми отношениями в соответствии с концепцией TQM?
2. Проектирование ИСМ на основе требований к системам менеджмента с применением аддитивного подхода.
3. Проектирование ИСМ на основе требований к системам менеджмента с применением интегрированного подхода.
4. Опишите типы организационного сопротивления изменениям, и как с ними работать.
5. Понятие, назначение и преимущества внедрения интегрированных систем менеджмента (ИСМ)

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства

Иллюстрации:



Рис. Составляющие качества услуг средств размещения и элементы системы управления
Источник:
https://studme.org/405376/turizm/standarty_gostinichnoy_industrii?ysclid=lh7oxujmxn743095712

Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства
Иллюстрации:

Национальные стандарты туристских услуг:
ГОСТ 28681.0-90 «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения»
ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»
ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов
ГОСТ 28681.1-95/ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».

Источник: https://studfile.net/preview/3539709/page:48/

Подтверждение соответствия– документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров;
схема подтверждения соответствия– перечень действий участников подтверждения соответствия, результаты которых рассматриваются ими в качестве доказательств соответствия продукции и иных объектов установленным требованиям;
форма подтверждения соответствия– определенный порядок документального удостоверения соответствия продукции или иных объектов, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров;
оценка соответствия– прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту *(Статья 2 ФЗ «О техническом регулировании» № 184-ФЗ в ред. ФЗ от 01.05.2007 N 65- ФЗ)*

Источник: https://studfile.net/preview/3539709/page:48/

сертификация– форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов,

сводов правил или условиям договоров.
система сертификации– совокупность правил выполнения работ по сертификации, ее участников и правил функционирования системы сертификации в целом;
орган по сертификации– юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, аккредитованные в установленном порядке для выполнения работ по сертификации;
сертификат соответствия– документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров;
знак соответствия– обозначение, служащее для информирования приобретателей о соответствии объекта сертификации требованиям системы добровольной сертификации или национальному стандарту.

Источник: https://studfile.net/preview/3539709/page:48/

ИНФОРМАЦИЯ О ТУРЕ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Требование к информации	Содержание информации
Информационное обеспечение тура	Наличие информации о: - средствах размещения и наборе предоставляемых услуг; - условиях проживания (месте нахождения средства размещения, его категории и уровне комфортности); - условиях питания; - условиях трансфера; -программе тура; - экскурсионном обслуживании; - наличии гида, сопровождающего; - дополнительных услугах.
Памятка	Необходимая и достоверная информация о: правилах въезда в страну (место) временного пребывания; - условиях пребывания; - таможенных правилах; -обычаях местного населения, национальных и религиозных особенностях региона, религиозных святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной; - состоянии окружающей природной среды; часовом поясе и климатических условиях на маршруте; - опасностях, с которыми может встретиться турист при совершении путешествий; факторах риска для здоровья, исходя из климатических и природных условий; правилах личной безопасности; - особенностях путешествий; - курсе валют и порядке их обмена; - правилах аренды автомобиля, дорожного движения и парковки; - прочая полезная информация

Источник: https://studfile.net/preview/3539709/page:48/

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий
Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК
Иллюстрации:



Рис. 1. Модель системы менеджмента качества
Источник:
https://studwood.net/769086/menedzhment/sistema_menedzhmenta_kachestva_suschnost_soderzhanie?ysclid=lh7ojd2hhe704231482

Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства

Иллюстрации:

Возможные схемы сертификации услуг

Номер схемы	Оценка мастерства исполнения	Оценка процесса предоставления услуги	Аттестация предприятия	Сертификация систем качеств	Выборочная проверка результатов услуги	Инспекционный контроль
1	X				X	Проверка результата услуги
2	X					Социологическая оценка результатов услуги
3		X			X	Контроль стабильности процесса
4		X				Проверка результата услуги
5			X			То же
6				X		Контроль стабильности функционирования

Источник: https://studfile.net/preview/10073179/page:41/

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

− ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При

оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней

странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных

или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;

- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Различные подходы к содержанию понятия «качество».	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

Текст лекции.

В рыночной экономике проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности. Качество – комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности: разработка стратегии, организация производства, маркетинг и др. Важнейшей составляющей всей системы качества является качество продукции. В современной литературе и практике существуют различные трактовки понятия качество. Международная организация по стандартизации определяет качество (стандарт ИСО-8402) как совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. Этот стандарт ввел такие понятия, как "обеспечение качества", "управление качеством", "спираль качества". Требования к качеству на международном уровне определены стандартами ИСО серии 9000.

Стандарты ИСО серии 9000 установили единый, признанный в мире подход к договорным условиям по оценке систем качества и одновременно регламентировали отношения между производителями и потребителями продукции. Иными словами, стандарты ИСО – жесткая ориентация на потребителя. При этом речь идет о культуре производства.

Качество работы включает обоснованность принимаемых управленческих решений, систему планирования. Особое значение имеет качество работы, непосредственно связанной с выпуском продукции (контроль качества технологических процессов, своевременное выявление брака). Качество продукции является составляющей и следствием качества работы. Здесь непосредственно оценивается качество годной продукции, мнение потребителя, анализируются рекламации.

Для того, чтобы произвести ту или иную продукцию, выполнить работу, оказать услугу, необходимо осуществить целый ряд операций, подготовительных работ. Конечное качество зависит от качества работы на каждом этапе.

Формирование качества продукции начинается на стадии ее проектирования. Так, в фазе исследования разрабатывают технические и экономические принципы, создают функциональные образцы (модели). После этого создают основу производственной документации и опытный образец. На стадии конструктивно-технологических работ подготавливают внедрение изделия в производство.

Качество работы, как уже отмечалось, непосредственно связано с обеспечением функционирования фирмы. Это – качество руководства и управления (планирование, анализ, контроль). От качества планирования (разработки стратегии, системы планов т. п.) зависит достижение поставленных целей и качество фирмы.

Понятие качества формировалось под воздействием историко-производственных обстоятельств. Это обусловлено тем, что каждое общественное производство имело свои объективные требования к качеству продукции. На первых порах крупного промышленного производства проверка качества предполагала определение точности и прочности (точность размеров, прочность ткани и т. п.).

Повышение сложности изделий привело к увеличению числа оцениваемых свойств. Центр тяжести сместился к комплексной проверке функциональных способностей изделия. В условиях массового производства качество стало рассматриваться не с позиций отдельного экземпляра, а с позиций стандарта качества всех производимых в массовом производстве изделий.

С развитием научно-технического прогресса, следствием которого стала автоматизация производства, появились автоматические устройства для управления сложным оборудованием

и другими системами. Возникло понятие “надежность”. Таким образом, понятие качества постоянно развивалось и уточнялось. В связи с необходимостью контроля качества были разработаны методы сбора, обработки и анализа информации о качестве. Фирмы, функционировавшие в условиях рыночной экономики, стремились организовать наблюдения за качеством в процессе производства и потребления. Упор был сделан на предупреждение дефектов.

Качество у производителя и потребителя – понятия взаимосвязанные. Производитель должен проявлять заботу о качестве в течение всего периода потребления продукта. Кроме того, он должен обеспечить необходимое послепродажное обслуживание. Особенно это важно для товаров, отличающихся сложностью эксплуатации, программных продуктов.

Вернемся к уточнению понятия качества. В литературе понятие качества трактуется по-разному. Однако основное различие в понятиях качества лежит между его пониманием в условиях командно-административной и рыночной экономики.

В командно-административной экономике качество трактуется с позиции производителя. В рыночной экономике качество рассматривается с позиции потребителя.

Качество изделия может проявляться в процессе потребления.

Понятие качества продукта с позиций его соответствия требованиям потребителя сложилось именно в условиях рыночной экономики.

Идея такого подхода к определению качества продукции принадлежит голландскими ученым Дж. Ван Этингеру и Дж. Ситтигу. Ими разработана специальная область науки квалиметрия. Квалиметрия – наука о способах измерения и квантификации показателей качества. Квалиметрия позволяет давать количественные оценки качественным характеристикам товара. Квалиметрия исходит из того, что качество зависти от большого числа свойств рассматриваемого продукта. Для того, чтобы судить о качестве продукта недостаточно только данных о его свойствах. Нужно учитывать и условия , в которых продукт будет использован. По мнению Дж. Ван Этингера и Дж. Ситтига, качество может быть выражено цифровыми значениями, если потребитель в состоянии группировать свойства в порядке их важности. Они считали, что качество – величина измеримая и, следовательно, несоответствие продукта предъявляемым к нему требованиям может быть выражено через какую-либо постоянную меру, которой обычно являются деньги.

Вместе с тем нельзя рассматривать качество изолированно с позиций производителя и потребителя. Без обеспечения технико-эксплуатационных, эксплуатационных и других параметров качества, записанных в технических условиях (ТУ) не может быть осуществлена сертификация продукции.

Разнообразные физические свойства, важные для оценки качества, сконцентрированы в потребительной стоимости. Важными свойствами для оценки качества являются:

технический уровень, который отражает материализацию в продукции научно-технических достижений;

эстетический уровень, который характеризуется комплексом свойств, связанных с эстетическими ощущениями и взглядами;

эксплуатационный уровень, связанный с технической стороной использования продукции (уход за изделием, ремонт и т. п.);

техническое качество, предполагающее гармоничную увязку предполагаемых и фактических потребительных свойств в эксплуатации изделия (функциональная точность, надежность, длительность срока службы).

Преобладающая часть современного мирового производства представлена производством товаров. Поэтому то или иное изготавливаемое изделие воплощает в себе как потребительную стоимость, так и стоимость.

Следовательно, качество является комплексным понятием, отражающим эффективность всех сторон деятельности фирмы.

В результате деятельности Академии проблем качества сформировалось концептуальное видение качества как одной из фундаментальных категорий, определяющих

образ жизни, социальную и экономическую основу для успешного развития человека и общества. Такое видение качества представляется достаточно емким и более четко определяет значение повышения качества, которому посвящен следующий раздел.

Понятие качества как экономической категории.

Качество - совокупность свойств и характеристик продукции (услуги), которые придают им способность удовлетворить (обусловленные или предлагаемые) потребности.

Качество является количественной характеристикой потребительной стоимости, внешней формой, в которой она проявится.

Качество объективно.

Качество измеряется системой показателей являющихся количественной характеристикой свойств продукции (услуг).

Качество измеряется:

а) по характеризуемым свойствам качества продукции. Сюда относятся назначение объекта, наземность, технологичность, эргономичность, транспортабельность и пр.;

б) по стадиям жизненного цикла (прогнозируемые, проектные, строительные, эксплуатационные характеристики);

в) по единицам измерения (натуральные и стоимостные, общие и удельные, нормируемые и ненормируемые и т.п.).

Для измерения уровня качества используют понятие уровня качества.

Уровень качества - относительная характеристика, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции с базовыми значениями соответствующих показателей.

Затраты на обеспечение качества - совокупные издержки, обусловленные необходимостью достижения общественно необходимого качества продукции.

С определённой позиции, все затраты на создание какого-либо объекта можно представить как сумму затрат на достижение наземных аспектов качества (долговечность, прочность, эстетичность).

В зависимости от спроса на рынке на те или иные составляющие качества формируется модель объекта с максимально эффективными затратами.

В мировой практике существует бонификация (способ оплаты, связанный в основном с премированием за качество поставляемых товаров или выполняемых работ по заранее оговорённым правилам).

Источник: https://studfile.net/preview/7112269/page:4/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. «Звезды» качества, их право на существование, место и значимость в управлении.
2. Охарактеризуйте метод оценки качества конкретного техпроцесса посредством экономических показателей.
3. Аспекты качества в зависимости от целей использования и назначения.
4. В чем особенности применения процессного подхода для менеджмента качества?
5. В чем суть основных функций стратегического маркетинга применительно к менеджменту качества?
6. Взаимосвязь общего менеджмента и менеджмента качества.
7. Высшее руководство предприятия, его значимость в системе качества.
8. ГОСТ, технические условия, технический регламент: определения, особенности, отличия.

1. Учебная дисциплина. Менеджмент качества услуг на предприятии туризма и гостеприимства

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Качество как социально-экономическая категория и объект управления.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
3.	Инструменты управления качеством.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма

Текст лекции.

Понятие «управление качеством»

В современном мире проблема обеспечения качества продукции носит универсальный характер. От того, насколько успешно она решается, зависит развитие любой отрасли. Однако показатели качества, а также проблемы, связанные с повышением качества продукции, специфичны для каждой отрасли, в том числе для сферы туризма.

Формально качество определяется как соответствие свойств продукции и услуг требованиям стандартов. Директивными установками для создания технологий в области управления качеством являются международные стандарты И СО серии 9000, ориентированные на установление идентичных норм к аналогичной продукции и услугам на мировом рынке, в том числе услугам туризма. Кроме того, государственными законами и стандартами устанавливаются требования, обеспечивающие безопасность жизни и здоровья потребителей туристских услуг, охрану окружающей среды, предотвращение причинения вреда имуществу потребителей.

Туристский продукт — комплексное понятие, так как он состоит из множества взаимосвязанных составляющих — туристских услуг. Согласно ГОСТ Р 50690—94, туристская услуга — это результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов.

Качество услуги определяется требованием ст. 4 Федерального закона «О защите прав потребителей». Согласно Закону, продавец (изготовитель, исполнитель) обязан продавать потребителю товар (передавать результаты выполненной работы, оказывать услуги), соответствующий обязательным требованиям стандартов и условиям договора, а также предоставлять информацию о товаре (работе, услуге).

Качество туристского обслуживания — комплекс полезных свойств и нормативно-технологических характеристик процесса обслуживания туриста во время путешествия или на отдыхе, отвечающий определенным требованиям, сопоставимым с мировыми стандартами. Так, на транспорте характеристика качества обслуживания зависит от вида транспорта, классности обслуживания; качество проживания обусловлено типом и классностью гостиницы, отеля, кемпинга; качество питания зависит от типа пункта общественного питания, а также ассортимента, состава, стоимости предлагаемых блюд и т.п.

Несмотря на широкую правовую базу, призванную облегчить создание системы качества туристского продукта, на практике существует множество разных проблем, затрудняющих получение качественной туруслуги.

Во-первых, предоставляемый турпродукт полностью или частично неосязаем, а потребитель оценивает объект сервиса в определенном эмоциональном состоянии, зависящем от множества факторов, в частности от таких субъективных характеристик туриста, как особенности воспитания, возраст, культурные традиции народа (представителем которого является турист), понятие о комфорте, привычки, самочувствие или психологическое состояние на момент получения услуги, физиологические особенности организма и др. Все это делает восприятие качества туристского продукта субъективным, зависящим от индивидуальных особенностей каждого туриста.

Во-вторых,в решении задач управления качеством туристского продукта проявляется определенное противоречие — дискретность (прерывистость) производства туристских услуг и целостность (непрерывность) их потребления. В результате этого маленькие недостатки, приходящиеся на долю гуманитарных технологий, допущенные хотя бы одним работником гостиницы или ресторана, могут стать причиной неудовлетворенности туриста путешествием в целом. Профессионалы турбизнеса часто говорят, что гостеприимство — искусство мелочей. Труд каждого работника в гостинице, ресторане, турфирме одинаково важен в обеспечении качества турпродукга. Невозможно выделить более важную или менее важную службу — все они должны работать одинаково четко. Для качественного производства туруслуги одинаково важна работа как технической службы, ответственной за лифты, исправность телефонов, замков, мебели или сантехники, так и консьержа, иногда решающего самые невероятные проблемы гостя в отеле и за его пределами.

В-третьих, решение проблемы повторного производства туруслуг на одинаково высоком уровне (продолжительность качества) для многих производителей турпродукта оказывается непосильным. Причин здесь много, например низкое качество средств труда персонала, отсутствие своевременной и продуманной мотивации работников или неналаженность системы взаимодействия между работниками предприятия. Это часто становится причиной резкого снижения конкурентоспособности предприятия.

В-четвертых, в сфере туризма производимый продукт, являясь неосязаемым, потребляется одновременно с его производством, поэтому у персонала нет шансов на исправление брака и, как следствие (учитывая жесткую конкуренцию на рынке туруслуг), нет шанса на возврат туриста. При этом турист, выбирая другое место отдыха, посоветует и другим поступать так же. Исследования показывают, что негативная информация распространяется гораздо быстрее, чем позитивная.

Качество сервиса — ключ к коммерческому успеху предприятий в сфере туризма. Если гостиницы и рестораны, экскурсионные бюро и турагентства при абсолютно идентичной материальной базе и направленности различаются качеством сервиса, то победит в конкурентной борьбе то предприятие, у которого качество сервиса выше.

Мировая практика выработала определенные правила и условия организации эффективного сервиса, соблюдение которых позволит создать качественный сервис на туристских предприятиях.

Во-первых, выполнение таких основных и наиболее важных для сферы туризма принципов современного сервиса, как: О максимальное соответствие предоставляемых услуг требованиям потребителей и характеру потребления; о неразрывная связь сервиса с маркетингом, его основными принципами и задачами;

О гибкость сервиса, его направленность на учет меняющихся требований рынка, предпочтений потребителей туристских услуг.

Во-вторых, создание необходимых условий для работы персонала, призванного обеспечить качественный сервис, а именно:

О эргономичность рабочих мест;

О четкие формулировки правил, обязательных для исполнения каждым работником;

О четкая система оценки качества работы каждого работника, позволяющей объективно измерять эффективность сервиса;

О заинтересованность персонала в процветании всего предприятия, желание делать всю работу максимально эффективно, настрой на самосовершенствование;

о тщательный подбор персонала при приеме на работу и система повышения квалификации.

В-третьих, оптимальная организационная структура управления предприятия, предоставляющего туристские услуги. Так, чем больше звеньев в цепи прохождения заказа, тем выше вероятность совершения ошибки, оптимальной является такая организационная структура управления, где число элементов минимально (но без ущерба для качества обслуживания). При этом непрерывность технологического процесса обеспечивается при эффективном взаимодействии всех элементов структуры, позволяющем немедленно исправлять ошибки и исключать возможность их повторения.

В-четвертых, всесторонний, полный, объективный и непрерывный контроль качества сервиса, предполагающий:

О участие клиента в оценке качества и его контроле;

О создание методик и критериев, позволяющих соотнести требования стандартов с фактическим положением дел;

О создание систем самоконтроля персонала;

О применение четко сформулированных количественных оценок качества предоставляемых услуг;

О участие персонала в создании систем и критериев качества;

О применение технических средств контроля качества (например, установление камер наружного наблюдения в холле, у стойки регистратора, коридорах, кухне и других подсобных помещениях);

О соблюдение принципа непрерывности при создании системы контроля;

О создание служб контроля, куда бы входили представители различных служб (дирекции, финансового отдела, отдела безопасности, кадровой службы, руководители или работники всех функциональных служб).

Наиболее полное удовлетворение потребностей туристов с различными запросами и своим пониманием комфорта как такового является ключевым фактором, формирующим понятие качества. Например, наши соотечественники считают комфортной ту гостиницу, где есть хороший мини-бар и развитая система обслуживания, предлагающая разнообразные напитки и закуски на любой вкус (желательно недорого). Американцы назовут комфортной такую гостиницу, где в номерах предусмотрены места для приготовления коктейлей, в любое время суток можно получить лед, работает эффективная система безопасности. Европейцы особое внимание обращают на санузел и разнообразие предприятий питания. Японцы оценят возможность своевременного получения информации, систему пиктограмм (специальных значков, рисунков), позволяющую ориентироваться в гостинице без знания местного языка, и восточную кухню.

В современной индустрии туризма путешественник имеет возможность выбирать из множества предприятий, получая качественное и разнообразное обслуживание там, где считает нужным.

Проблема качественного обслуживания клиентов с разными запросами — чрезвычайно сложная, и ее решение возможно в разных направлениях.

Первое направление — американская модель гостиничной интеграции, предоставляющая сервис гарантированного уровня без каких-либо сюрпризов. США — лидер такой гарантированной интернациональной системы качества туристского продукта, основанной на жесткой централизованной схеме создания и контроля качества «из США» посредством инструкции, детализации описанных технологий и необходимых действий по выполнению процедур предоставления услуг и управления ими. Время показало жизнеспособность такой системы, построенной на экспорте стандартизованного продукта, гарантирующего клиентам выполнение обязательств по качеству предоставляемых услуг. Сегодня не только гостиницы, но и предприятия питания действуют по этой схеме.

Второе направление — модель, используемая в основном независимыми предприятиями сферы туризма. Основу ее составляет соблюдение параметров комфортности, которые выработаны практикой туристского бизнеса и являются универсальными для гостиниц, предприятий питания или турфирмы. В комплекс составляющих входят следующие элементы понятия «комфорт»:

о информационный комфорт — представление полной информации о гостинице, предприятии питания и других объектах туристской сферы. Важно, чтобы информация была доступна клиенту, представлена в такой форме, которая бы удовлетворяла его запросам. Так, компьютерные технологии диктуют новые способы подачи информации, когда на смену классическим каталогам, рекламным проспектам приходят специализированные сайты, где турист может получить столько информации, сколько ему требуется для принятия решения о выборе того или иного предприятия. Информированность персонала проявляется в его готовности ответить на любой вопрос клиента не только о своем предприятии, но и о стране пребывания;

О экономический комфорт — предполагает удобство расчета для клиента, систему дисконтов, бонусов, клубных карт и другие меры, призванные мотивировать клиента повторно выбрать данное средство размещения, предприятие питания, турагентство или экскурсионное бюро, что является основной целью системы качества. В связи с этим особое внимание стоит уделить системе клубных карт, ставшей особенно популярной в последнее время благодаря созданию технологий, позволяющих осуществлять централизованный учет, мгновенную

обработку заказов, автоматическое обслуживание кредитных карт, контроль над исполнением заказов. Клубная система особенно полезна для предприятия питания, так как она является инструментом привлечения и удержания клиентов. Многие современные предприятия питания располагают бильярдом, боулингом, тотализатором и прочими средствами развлечения. Каждое из них оплачивается отдельно, и сканер, включающий аппарат при вставлении клубной карты, позволяет фиксировать время пребывания. Карта позволяет осуществлять такой же контроль за тратами клиента, как если бы он приобретал билет на каждое средство развлечения;

О эстетический комфорт — проявляется в едином стиле помещений, соответствующем направленности предприятия; умеренной цветовой гамме; материалах для оформления, соответствующих стандартам безопасности и гигиены, долговечных в использовании и устойчивых к внешним воздействиям;

О бытовой комфорт — создание нормальных условий для проживания гостя (оптимальной температуры, влажности воздуха, удобства мебели) с использованием кондиционеров, очистителей воздуха, удобной мебели;

О психологический комфорт — охватывает все перечисленные выше составляющие комфорта; при отсутствии хотя бы одной из них настроение клиента будет испорчено. Кроме того, должны выполняться требования гуманитарных технологий — уважение и гостеприимство персонала по отношению к клиенту. С целью создания психологического комфорта проводится политика специального обучения и в некоторой степени воспитания персонала. Персонал должен осознавать, что относиться к гостю с пренебрежением просто невыгодно и поэтому следует делать все, чтобы гость постоянно возвращался в их отель или ресторан.

В настоящее время в России также обратились к вопросам качества турпродукта, поскольку качество — важнейший фактор в конкурентной борьбе на рынке туристских услуг. Происходит жесткая сегментация рынка, конкуренция разворачивается внутри каждого сегмента. В то же время потребитель тур- услуг становится все более информированным в области своих прав, а побывав в различных странах и оценив качество туруслуг за рубежом, предъявляет повышенные требования к качеству услуг российского туризма.

Источник: https://studref.com/495827/turizm/menedzhment_v_turizme

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Дайте определение понятиям: «качество», «уровень качества», «уровень конкурентоспособности».
2. Интеграция требований к системам менеджмента.
3. Интеграция требований стандартов на системы менеджмента.
4. История управления качеством.
5. Как взаимосвязаны TQM и стандарты ИСО серии 9000?
6. Какая основная цель этапа проектирования качества продукции?
7. Какие основные профилактические мероприятия по сохранению требуемого качества Вы знаете?

1. Учебная дисциплина. Менеджмент качества услуг на предприятии туризма и гостеприимства

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие стандарта. Виды стандартов (классификация)	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Росстандарт: функции и задачи; история деятельности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства

Текст лекции.

Стандарты туристского обслуживания.

Важнейшими инструментами государственного регулирования деятельности туристских организаций и защиты прав потребителей туристских услуг являются лицензирование, стандартизация и сертификация в туризме.

К нормативным документам по стандартизации относятся государственные стандарты России; правила, нормы, и рекомендации по стандартизации; общероссийские классификаторы технико-экономической информации; стандарты отраслей и предприятий; стандарты научно-технических, инженерных обществ и других общественных объединений.

Стандарты туристского обслуживания являются частью государственной системы стандартизации Российской Федерации, определяющей цели и задачи стандартизации в области туризма и гостиничного менеджмента, основные принципы и организацию работ, категории нормативных документов, виды стандартов и основные положения по международному сотрудничеству.

Целями стандартизации в сфере туристского обслуживания являются обеспечение заявленного уровня качества и безопасности потребления тур-продукта или отдельной туристской услуги, защита интересов потребителей туристских услуг от недобросовестной конкуренции на рынке.

В международной и отечественной практике под стандартом понимается нормативный документ по стандартизации, разработанный на основе согласия, характеризующегося отсутствием возражений по существенным вопросам у большинства заинтересованных сторон (производителей и потребителей), утвержденный признанным органом и обязательный к применению. Государственные стандарты в сфере туристского обслуживания утверждаются, как правило, Госстандартом России.

Стандарт как нормативный документ в более широком смысле -документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности, в том числе и туристской, и доступный широкому кругу потребителей.

Стандарт является одним из эффективных инструментов регулирования рынка туристских услуг, позволяющий воздействовать как на недобросовестных изготовителей, так и на продавцов, и потребителей туристских услуг.

Стандарт по своей природе предназначен для установления минимально необходимых требований, делающих любой продукт или услугу соответствующими своему назначению по формализованным критериям надежности, безопасности, качества и т.п.

Источник: https://tourlib.net/books_tourism/senin09.htm?ysclid=lh7oxc0hxi760758876

Стандарты в гостиничной индустрии.

Абсолютное качество обслуживания вряд ли может быть достигнуто в силу его обусловленности человеческим фактором, а, следовательно, стремление к качеству представляется процессом бесконечным, но в современных рыночных условиях решение вопросов качества — путь к победе в конкурентной борьбе. Одним из ключевых вопросов является снижение непостоянства качества, чему должна способствовать разработка единых стандартов, нормативов, правил обслуживания.

На рис. 4.5 приводится модель управления качеством услуг средств размещения, использующая техническое и функциональное качество как составляющие полного качества, а стандартизацию, сертификацию и лицензирование — как основные элементы механизма управления качеством.

В международной и отечественной практиках под стандартом понимается нормативный документ по стандартизации, разработанный на основе согласия, характеризующегося отсутствием возражений по существенным вопросам у большинства заинтересованных сторон (производителей и потребителей), утвержденный признанным органом и обязательный к применению.

Стандарт как нормативный документ в более широком смысле — документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности, в том числе гостиничной, и доступный широкому кругу потребителей. Стандарт по своей природе предназначен для установления минимально необходимых требований, делающих любую услугу соответствующей своему назначению по формализованным показателям качества, безопасности и т. д.



Рис. Составляющие качества услуг средств размещения и элементы системы управления

Примечания: * Сертификация средств размещения в Российской Федерации заменена в 2005 г. системой классификации гостиниц.

** Лицензирование средств размещения отменено Федеральным законом от 8 августа 2001 г. «О лицензировании отдельных видов деятельности» № 128.

При определении объектов стандартизации в гостиничной индустрии необходимо исходить из того, что качество определяется техническими и функциональными компонентами, отсутствием недостатков и безопасностью. В связи с этим стандартизация должна распространяться на следующие элементы услуг и обслуживания:

- • термины и определения в гостиничной индустрии, необходимые для взаимопонимания и однозначности восприятия понятий, описывающих услуги, условия их оказания; договорные отношения, безопасность;
- • классификацию типов средств размещения и их услуг;
- • категоризацию средств размещения;
- • способы и методы формирования, продвижения и оказания услуг;
- • способы оценки и минимизации рисков для здоровья и жизни потребителей при пользовании услугами;
- • содержание и формы информации об услугах, предлагаемых средствами размещения, посредниками (турфирмами), и пути компенсации за непредоставление объявленных услуг;
- • технологии, устанавливающие стандартные требования к формам документов и составу информации в них, а также к другим элементам.

Целями стандартизации в сфере гостиничных услуг являются подтверждение и обеспечение поддержания заявленного уровня качества и безопасности потребления услуг, защита интересов потребителей от недобросовестной конкуренции на рынке.

На уровне предприятий внедрение стандартов и нормативов является важным элементом системы управления качеством. Они имеют целью снизить вероятность ошибок в функциональном качестве и обеспечить постоянство высокого качества обслуживания. Стандарты, нормативы и правила (инструкции) подробно закрепляют производственные обязанности за отдельными подразделениями и службами, должностными лицами предприятия размещения, определяют порядок их взаимодействия и субординации, регламентируют процесс исполнения различных операций при оказании тех или иных услуг.

Стандартизация играет ключевую роль в обеспечении точного информирования потребителя об уровне качества средства размещения как основы формирования адекватных ожиданий.

Прежде чем остановить свой выбор на конкретном средстве размещения, потребитель стремится собрать информацию о данном предприятии. Объем информации, необходимый для принятия решения, должен соответствовать тому набору показателей, который использует потребитель для формирования ожиданий. Право потребителя на полную и достоверную

информацию о качестве приобретаемой услуги закрепляется в законодательном порядке. Реализация этого права — важная составляющая управления качеством услуг.

В силу неосязаемости услуг средств размещения в распоряжении предприятий не так много способов передать потребителю информацию о качестве. Средства размещения стремятся визуализировать свои услуги, повысить их осязаемость с помощью:

- 1) печатных изданий, брошюр, каталогов;
- 2) видеоинформации на различных носителях;
- 3) интернета.

Эти носители информации дают возможность в том или ином объеме создать представление о техническом качестве и номенклатуре предоставляемых услуг. Однако не существует ни одного способа показать функциональное качество до момента начала обслуживания. В распоряжении потребителя могут находиться лишь косвенные свидетельства данного качества — мнения других потребителей, информация о достижениях средства размещения в области качества (сертификаты, дипломы и т. д.). Таким образом, принимая решение воспользоваться услугами средства размещения, потребитель в любом случае рискует не получить ожидаемой услуги.

Снизить степень риска и повысить адекватность формирующихся ожиданий призвано ранжирование средств размещения по категориям исходя из уровня качества услуг (обслуживания) — рейтинг, или категоризация. Ранжирование осуществляется по принятой шкале. Уровень качества услуг определяет преимущества, получаемые потребителем, а также лимитирует сферу его притязаний по ассортименту и качеству потребляемых услуг, т. е. ограничивает ожидания.

Источник:
https://studme.org/405376/turizm/standarty_gostinichnoy_industrii?ysclid=lh7oxujmxn743095712

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какие стратегические методы менеджмента, обеспечивающие конкурентоспособность продукции Вы знаете?
2. Какие требования к качеству продукции необходимо обеспечить на этапе производства?
3. Какие требования предъявляют к аудиторам для проведения внутренних проверок?
4. Какие уровни документационного обеспечения должны присутствовать в системе качества?
5. Какие факторы влияют на продолжительность каждого этапа и расположение контрольных точек для проведения оценки результатов разработки?
6. Какие факторы определяют эффективность процесса обучения и подготовки кадров?
7. Какими методами можно проверить эффективность технических решений?
8. В каких отраслях необходимо внедрять стандарты OHSAS 18000.

1. Учебная дисциплина. Менеджмент качества услуг на предприятии туризма и гостеприимства

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;

- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие стандартизации, сертификата и процедуры сертификации.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Сертификация как подтверждение соответствия стандарту. Виды сертификации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства

Текст лекции.

Нормативно-правовые и организационные основы стандартизации туристских услуг и средств размещения в РФ. Объекты и документы по стандартизации в сфере туризма и гостеприимства. Основные положения и структура ГОСТ 28681.0-90 Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения.

Стандартизация и сертификация туристских услуг

В соответствии со *Статьей 5 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (24.11.96 № 132-ФЗ, в ред. ФЗ от 05.02.2007 N 12-ФЗ)* стандартизация и классификация объектов туристской индустрии осуществляются в соответствии с законодательством РФ (регламентируются ФЗ «О техническом регулировании»).

ГОСТ 28681.0-90 «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения» определяет цель стандартизации в сфере туристско-экскурсионного обслуживания – нормативно-техническое обеспечение уровня качества и эффективности туристского и экскурсионного обслуживания и защита интересов потребителей услуг.

Основными задачами стандартизации в сфере туристско-экскурсионного обслуживания согласно *ГОСТ 28681.0-90* является установление: номенклатуры показателей качества услуг и обслуживания туристов; прогрессивных требований к качеству услуг и обслуживания туристов и методов их контроля; прогрессивных требований к технологии и типовым технологическим процессам оказания туристских услуг; требований, обеспечивающих безопасность услуг, охрану здоровья населения, охрану окружающей среды, точность и своевременность исполнения, эргономичность и эстетичность услуг и условий обслуживания; терминов и определений основных понятий в области стандартизации и управления качеством в сфере туристских услуг, а также обеспечение координации деятельности туристских предприятий туристско-экскурсионного обслуживания с предприятиями других отраслей, участвующих в процессе оказания туристских услуг.

Объектами стандартизации определены туристские услуги и процессы туристского и экскурсионного обслуживания. Стандарты на услуги*(в т.ч. туристские)* устанавливают требования и методы их контроля для групп однородных услуг или для конкретной услуги в части состава, содержания и формы деятельности по оказанию помощи, принесения пользы потребителю услуги, а также требования к факторам, оказывающим существенное влияние на качество услуги*(п. 7.4. ГОСТ Р 1.0-2004. «Стандартизация в РФ. Основные положения»).*

Туристские услуги подгруппы и **виды** однородных услуг: **Услуги туроператора по организации внутреннего туризма Услуги туроператора по организации выездного туризма Услуги туроператора по организации въездного туризма Услуги турагента Отдельные услуги туроператора и турагента Услуги при самодеятельном туризме Экскурсионные услуги.**

Национальные стандарты туристских услуг:
ГОСТ 28681.0-90 «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения»
ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»
ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов
ГОСТ 28681.1-95/ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».

Сертификация туристских услуг проводится по схеме 2.
По схеме 2 оценивают процесс выполнения работ (оказания услуг), проверяют (испытывают) результаты работ и услуг и контролируют процесс выполнения работ (оказания услуг) при инспекционном контроле.
В зависимости от сложности процесса оценивают: полноту и актуализацию документации, устанавливающей требования к процессу; оснащение необходимым оборудованием, инструментом, средствами измерений (испытаний, контроля), веществами, материалами, помещениями и др., а также их соответствие установленным требованиям; метрологическое, методическое, организационное, программное, информационное, материальное, правовое, техническое и др. обеспечение; безопасность и стабильность процесса; профессиональную компетентность исполнителей работ и услуг, обслуживающего и производственного персонала.
Оценку соответствия сертифицируемых услуг осуществляет эксперт в соответствии с методикой, утвержденной органом по сертификации. Проверку характеристик сертифицируемых услуг проводят на базе заявителя (исполнителя услуг) с участием эксперта.
Отношения в области предоставления гостиничных услуг регулируются *Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ* Данные правила содержат требования к информации об услугах, порядок оформления проживания в гостинице и оплаты услуг, а также порядок предоставления услуг, ответственность исполнителя и потребителя за предоставление услуг.
Сертификация средств размещения, предназначенных для проживания туристов,проводится на соответствие требованиям *ГОСТ Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования».*
«Система классификации гостиниц и других средств размещения», утвержденная приказом Федерального агентства по туризму от 21 июля 2005 г. № 86 применяется на территории РФ взамен прекратившего действие с 1 августа 2006 г.межгосударственного стандарта ГОСТ 28681.4-95 «Туристско - экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц».

Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства РФ

Подтверждение соответствия– документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов,

положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров;
схема подтверждения соответствия– перечень действий участников подтверждения соответствия, результаты которых рассматриваются ими в качестве доказательств соответствия продукции и иных объектов установленным требованиям;
форма подтверждения соответствия– определенный порядок документального удостоверения соответствия продукции или иных объектов, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров;
оценка соответствия– прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту *(Статья 2 ФЗ «О техническом регулировании» № 184-ФЗ в ред. ФЗ от 01.05.2007 N 65- ФЗ)*

Термин «сертификация» в переводе с латинского языка означает «сделано верно».

сертификация– форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров.
система сертификации– совокупность правил выполнения работ по сертификации, ее участников и правил функционирования системы сертификации в целом;
орган по сертификации– юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, аккредитованные в установленном порядке для выполнения работ по сертификации;
сертификат соответствия– документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров;
знак соответствия– обозначение, служащее для информирования приобретателей о соответствии объекта сертификации требованиям системы добровольной сертификации или национальному стандарту.

ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования. Основные понятия, определения и структура стандарта. Классификация туристских услуг. Общие требования к туристским услугам, требования безопасности услуг для жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и охраны окружающей среды. Требования к информации о туре для потребителей.

ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования. Принят 16 ноября 2000 года. Устанавливает общие требования к туристским услугам, требования безопасности услуг для жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и охраны окружающей среды. В стандарте отражены следующие термины: туризм, туризм внутренний, Т въездной, выездной, самодеятельный, турист, экскурсант, туроператор, турагент, тур, экскурсионная услуга, тур услуга, маршрут путешествия, направляющая сторона, принимающая сторона, договор с туристом, тур путевка, тур ваучер, программа путешествия, перевозчик, трансфер, аннуляция.
Классификация туристских услуг по стандарту: услуги т.о по организации внутреннего туризма, по организации выездного туризма, въездного туризма, услуги турагента, отдельные услуги туроператора и турагента, услуги при самодеятельном туризме, экскурсионные услуги.
Туры делят на: оздоровительные, познавательные, проф-деловые, спортивные, религиозные, туры с другими целями.

Общие требования к туристским услугам:

- должны учитывать интересы туристов, быть безопасными для жизни, здоровья туристов
- Формирование тура осуществляют исходя из конъюнктуры туристского рынка или по конкретному заказу туриста; - Во въездном туризме формирование тура осуществляют путем разработки программы туристского путешествия по определенному маршруту;
- В выездном туризме формирование тура осуществляют на основании договоров с принимающей стороной;
- Реализацию тура осуществляют на основании договоров туроператора с турагентом, туроператора / турагента с туристом и туроператора с организациями или индивидуальными

предпринимателями, оказывающими услуги. - Конкретные условия путешествия, розничную цену тура указывают в туристской путевке, выдаваемой туристу туроператором / турагентом.
- При реализации тура туроператор / турагент обязан предоставлять туристам достоверную информацию о реализуемом туре до подписания договора. Требования к информации о туре для потребителей

ИНФОРМАЦИЯ О ТУРЕ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Требование к информации	Содержание информации
Информационное обеспечение тура	Наличие информации о: - средствах размещения и наборе предоставляемых услуг; - условиях проживания (месте нахождения средства размещения, его категории и уровне комфортности); - условиях питания; - условиях трансфера; -программе тура; - экскурсионном обслуживании; - наличии гида, сопровождающего; - дополнительных услугах.
Памятка	Необходимая и достоверная информация о: правилах въезда в страну (место) временного пребывания; - условиях пребывания; - таможенных правилах; -обычаях местного населения, национальных и религиозных особенностях региона, религиозных святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной; - состоянии окружающей природной среды; часовом поясе и климатических условиях на маршруте; - опасностях, с которыми может встретиться турист при совершении путешествий; факторах риска для здоровья, исходя из климатических и природных условий; правилах личной безопасности; - особенностях путешествий; - курсе валют и порядке их обмена; - правилах аренды автомобиля, дорожного движения и парковки; - прочая полезная информация

- Туристские маршруты должны проходить в районах с благоприятными экологическими и санитарно - эпидемиологическими условиями. - Средства размещения, транспортные средства для перевозки туристов и экскурсантов, туристское снаряжение и инвентарь, предоставляемые туристам, должны соответствовать требованиям безопасности. Организация, оказывающая экскурсионные услуги, должна иметь инструкции, включающие правила действий сопровождающих и экскурсоводов по обеспечению безопасности при проведении экскурсий, и журнал проведения с ними инструктажа.

ГОСТ Р 51185-98 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. Основные понятия, определения и структура стандарта. Классификация средств размещения туристов. Общие требования к средствам размещения. Требования к услугам средств размещения. Требования безопасности. Требования охраны окружающей среды

ГОСТ Р 51185-98 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования

Стандарт распространяется на средства размещения, предназначенные для проживания туристов. Стандарт устанавливает виды средств размещения, общие требования к средствам размещения и услугам средств размещения.

Основные понятия и определения: средства размещения туристов, турист, исполнитель услуги средств размещения, услуги средств размещения, условия обслуживания, качество обслуживания.

3.4. Услуги средств размещения - деятельность исполнителя по размещению туристов и оказанию гостиничных, специализированных (лечебно - оздоровительных, санаторных, спортивных, туристских и других) услуг.

3.5. Термины по управлению качеством в сфере услуг (условия обслуживания, качество обслуживания и другие) - по ГОСТ Р 50646.

КЛАССИФИКАЦИЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ

Средства размещения подразделяют на коллективные и индивидуальные.

Коллективные: гостиницы и аналогичны средства размещения: гостиницы, мотели, клубы с проживанием, пансионаты, меблированные комнаты, общежития. Специализированные средства размещения: санатории профилактории, лагеря труда и отдыха, туристские приюты, дом охотника и рыбака, конгресс-центры, кемпинги.
Индивидуальные средства размещения: квартиры, комнаты в квартирах, дома коттеджи, сдаваемые в наем.

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СРЕДСТВАМ РАЗМЕЩЕНИЯ

- Общественные средства транспорта должны соответствовать требованиям, установленным соответствующими отраслевыми (ведомственными) нормами и правилами.
- Средства размещения должны иметь удобные подъезды с необходимыми дорожными знаками, вымощенные пешеходные дорожки.
- Прилегающая к средствам размещения территория должна быть благоустроена, хорошо освещена в вечернее время;
- Средства размещения должны иметь: освещение естественное и искусственное, холодное и горячее водоснабжение, отопление не ниже $18{,}5^0$, вентиляцию, телефонную связь, лифт по необходимости
- Минимальная площадь жилой комнаты - не менее 9 кв. м
- В жилой комнате должны быть: мебель, инвентарь и постельные принадлежности, занавеси, сеть радиовещания, осветительные приборы, замки в дверях.
- Санузел в номере должен быть оборудован умывальником, унитазом, ванной или душем
- Обслуживающий персонал, оказывающий услуги средств размещения, должен обладать квалификацией, соответствующей выполняемой работе.

ТРЕБОВАНИЯ К УСЛУГАМ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Туристам, проживающим в коллективных средствах размещения, должен быть предоставлен минимальный ассортимент услуг: круглосуточный прием; услуги общественного питания или условия для самостоятельного приготовления пищи; ежедневная уборка жилой комнаты; смена постельного белья - не менее одного раза в неделю, смена полотенец - не менее одного раза в три дня; отправка, получение и доставка писем и телеграмм; хранение ценностей, багажа; медицинская помощь: вызов скорой помощи, пользование аптечкой; туристская информация.
- Специализированные средства размещения помимо оказания услуг размещения оказывают услуги оздоровительно - лечебного характера, санаторно - курортного обслуживания, туристские, спортивные и др., в соответствии со своей специализацией.

ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ

- В средствах размещения туристов любого вида должны быть обеспечены безопасность жизни и здоровья туристов, сохранность их имущества.
- Средства размещения должны располагаться в благоприятных экологических условиях.
- Средства размещения должны соответствовать требованиям пожарной безопасности
- В здании должны быть предусмотрены аварийные выходы
- В средствах размещения должны быть вывешены в доступном для обозрения месте планы действий персонала и туристов в чрезвычайных ситуациях
- Средства размещения должны быть оборудованы системами противопожарной защиты, оповещения
- В средствах размещения должны соблюдаться санитарно - гигиенические и противоэпидемиологические правила;
- Допустимый уровень звукового давления и уровень звука в помещениях должны соответствовать требованиям;
- Питьевая вода должна быть безопасна в эпидемиологическом отношении
- Обслуживающий персонал средств размещения должен быть подготовлен к действиям в чрезвычайных обстоятельствах.

ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

- В средствах размещения должна быть предусмотрена система санитарной очистки и уборки территории
- Организация рациональной системы сбора, временного хранения, регулярного вывоза твердых и жидких бытовых отходов и уборки территории должна соответствовать требованиям СанПиН 42-128-4690.
- При функционировании средств размещения и оказании их услуг не должно быть вредных воздействий на окружающую среду.
- Средства размещения должны иметь экологический паспорт или заключение природоохранных служб, подтверждающих отсутствие вредных воздействий на окружающую среду.

ГОСТ Р 50681-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг. Основные понятия, определения и структура стандарта.

Настоящий стандарт устанавливает порядок разработки документации при проектировании туристских услуг и предназначен для предприятий, организаций различных организационно-правовых форм и граждан-предпринимателей, оказывающих туристские услуги.

Определения В настоящем стандарте использованы следующие термины: Туристская услуга, исполнитель туристской услуги, потребитель услуги, заказчик, разработчик, описание туристкой услуги, тур, программа обслуживания туристов, тур маршрут, тур трасса, технологическая карта экскурсии, контрольный текст экскурсии, портфель экскурсовода.

Проектирование туристских услуг

- Основой для проектирования услуги является краткое описание туристской услуги
- Проектирование туристской услуги осуществляется в последовательности: установление нормируемых характеристик услуги; установление технологии процесса обслуживания туристов; разработка технологической документации; определение методов контроля качества; анализ проекта; представление проекта на утверждение.
- Результатом проектирования туристской услуги являются технологические документы (технологические карты, инструкции, правила, регламенты и др.).
- Определение методов контроля качества.Проектирование контроля качества включает: определение ключевых моментов в процессе обслуживания существенно влияющих на характеристики услуги; определение методов корректировки характеристик услуги; определение методов оценки контролируемых характеристик.
- Анализ проекта является завершающим этапом проектирования.
- Утверждение проекта является завершающим этапом проектной разработки.
- Проектирование отдельных видов туристских услуг.

Проектирование услуги "Туристское путешествие".

Порядок проектирования услуги "Туристское путешествие" предусматривает два этапа: 1) проектирование каждого тура, включаемого в услугу "Туристское путешествие" в соответствии с программой обслуживания туристов; 2) проектирование услуги "Туристское путешествие" в целом.

Проектирование услуги "Туристский поход" предусматривает:

- проведение экспедиционного обследования района и маршрута туристского похода;
- подготовку проектов размещения и оборудования туристских приютов и стоянок на трассе туристского похода;
- расчет необходимого количества туристского инвентаря, снаряжения и транспортных средств;
- определение потребности в инструкторах-методистах по туризму, другом обслуживающем персонале и организацию их подготовки;
- подготовку рекламно-информационных материалов с описанием трассы похода;
- определение мер по безопасности услуги "Туристский поход".

Проектирование услуги "Экскурсия".

Проектирование услуги "Экскурсия" предусматривает определение:

- тематической направленности;

- объектов осмотра;
- продолжительности экскурсий;
- объема информации;
- формы перемещения по маршруту экскурсии;
- результатов социологического изучения предложений экскурсантов по условиям обслуживания.

Результатом проектирования услуги "Экскурсия" являются следующие технологические документы:
- технологическая карта экскурсии (Приложение Е);
- контрольный текст экскурсии;
- материалы "Портфеля экскурсовода";
- схема трассы маршрута транспортной экскурсии (Приложение Ж).

ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов. *Основные понятия, определения и структура стандарта.*

Настоящий стандарт устанавливает требования к туристским и экскурсионным услугам, обеспечивающим безопасность жизни и здоровья туристов и экскурсантов (далее - туристов), методы их контроля и предназначен для целей обязательной сертификации туристских услуг.

Стандарт предназначен для предприятий и всех организационно - правовых форм и граждан - предпринимателей (далее - туристских предприятий), оказывающих туристские услуги населению.

На основе настоящего стандарта могут быть разработаны стандарты, устанавливающие требования к группам однородных туристских услуг.

Общие требования

- При оказании туристских услуг должен быть обеспечен приемлемый уровень риска для жизни и здоровья туристов;
- Снижение травмоопасности обеспечивается: защитными устройствами и ограждениями при использовании подвижных механизмов, предметов, опасных участков территории (подъемников, канатных дорог, участков осыпей в горах, у водоемов, горнолыжных трасс и т.д.); использование средств индивидуальной защиты (страховочных веревок, обвязок при пересечении сложных участков туристского маршрута, головных шлемов, ледорубов, крючьев и прочего страховочного снаряжения);
- Показатели микроклимата в помещениях обслуживания туристов (спальных, питания, клубных и других), а также в транспортных средствах должны соответствовать установленным санитарно - гигиеническим требованиям.

Предупреждение вредных воздействий данного фактора риска обеспечивается: выбором благоприятного времени года, суток для проведения туристского мероприятия; рациональным проектированием трассы туристского маршрута; учетом погодных особенностей района; сооружением на трассах туристских маршрутов укрытий от непогоды; оснащением помещений и транспортных средств устройствами кондиционирования, дезодорации воздуха, отопления, автоматического контроля и сигнализации;
- Эксплуатацию объектов обслуживания необходимо осуществлять в строгом соответствии с требованиями утвержденных нормативных документов (Правил пожарной безопасности).
- Биологические факторы: Воздействие данных факторов риска на туристов предупреждается: соблюдением установленных санитарных норм и правил обслуживания; применением оборудования и препаратов для дезинфекции, дезинсекции, стерилизации, дератизации, автоматизации производственных процессов; использованием знаков безопасности и необходимой маркировки на предметах оснащения и сооружениях, используемых при обслуживании туристов (посуды, кухонного инвентаря, в т.ч. для приготовления пищи в походе, мест водозабора, колодцев и пр.);

Контроль за выполнением требований безопасности туристов обеспечивают органы государственного управления, осуществляющие контроль за безопасностью в соответствии с их компетенцией.

Правила предоставления гостиничных услуг в РФ (в ред. Постановлений Правительства РФ от 02.10.1999 N 1104, от 15.09.2000 N 693). ***Информация об услугах, порядок оформления проживания в гостинице и оплаты услуг. Порядок предоставления услуг. Ответственность исполнителя и потребителя за предоставление услуг***

Информация об услугах, порядок оформления проживания в гостинице и оплаты услуг

- Исполнитель обязан довести до сведения потребителя свое фирменное наименование (наименование), место нахождения (юридический адрес) и режим работы.
- Исполнитель обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию об услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора.
- Исполнитель обязан обеспечить предоставление льгот при оказании услуг тем категориям граждан, которым такие льготы предусмотрены законами и иными нормативными правовыми актами.
- Исполнитель вправе заключать договор на бронирование мест в гостинице путем составления документа, подписанного двумя сторонами, а также путем принятия заявки на бронирование посредством почтовой, телефонной и иной связи, позволяющей достоверно установить, что заявка исходит от потребителя.
- Исполнитель - коммерческая организация обязан заключить с потребителем договор на предоставление услуг,
- Договор на предоставление услуг заключается при предъявлении потребителем паспорта или военного билета,
- Исполнитель вправе установить предельный срок проживания в гостинице, одинаковый для всех потребителей.
- Исполнитель должен обеспечить круглосуточное оформление потребителей, прибывающих в гостиницу и убывающих из нее.
- Исполнитель не вправе без согласия потребителя выполнять дополнительные услуги за плату.
- Цена номера (места в номере), а также форма его оплаты устанавливаются исполнителем.
- Плата за проживание в гостинице взимается в соответствии с единым расчетным часом - с 12 часов текущих суток по местному времени.
- Качество предоставляемых услуг должно соответствовать условиям договора
- Исполнитель обязан предоставить потребителю без дополнительной оплаты следующие виды услуг: вызов скорой помощи; пользование медицинской аптечкой; доставка в номер корреспонденции по ее получении; побудка к определенному времени; предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.
- Порядок проживания в гостинице устанавливается исполнителем.
- Исполнитель в соответствии со статьей 925 Гражданского кодекса Российской Федерации отвечает за сохранность вещей потребителя.

IV. Ответственность исполнителя и потребителя за предоставление услуг

- Потребитель при обнаружении недостатков оказанной услуги вправе по своему выбору потребовать: безвозмездного устранения недостатков; соответствующего уменьшения цены за оказанную услугу.
- За нарушение сроков удовлетворения отдельных требований потребителя исполнитель уплачивает потребителю за каждый час (день, если срок определен в днях) просрочки неустойку (пени) в размере 3 процентов суточной цены номера (места в номере) или цены отдельной услуги, если ее можно определить.

Исполнитель в соответствии с законодательством Российской Федерации несет ответственность за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие недостатков при оказании услуг, а также компенсирует моральный вред, причиненный потребителю нарушением прав потребителя.

- Потребитель в соответствии с законодательством Российской Федерации возмещает ущерб в случае утраты или повреждения имущества гостиницы, а также несет ответственность за иные нарушения.

Система классификации гостиниц и других средств размещения (от 15 июля 2005г. №1004-р). Основные положения. ***Организационная структура системы и функции её участников.***

Общие положения

- Оценка соответствия гостиниц и других средств размещения установленным требованиям проводится органами по классификации гостиниц и других средств размещения
- Система является открытой для участия в ней организаций различных организационно-правовых форм и индивидуальных предпринимателей, оказывающих услуги гостиниц и других средств размещения и признающих и выполняющих ее правила.
- В Системе предусматривается свободный доступ к информации о ее правилах, участниках и результатах классификации для исполнителей и потребителей услуг гостиниц и других средств размещения и других организаций, осуществляющих деятельность в сфере туризма и пр.
- Объективность и достоверность оценки гостиниц и других средств размещения в Системе обеспечивается экспертами, аттестованными в порядке, установленном в Системе.

Организационная структура системы и функции её участников

Организационную структуру Системы образуют: Федеральный орган исполнительный власти в сфере туризма; ЦОС; Аттестационная комиссия; Комиссия по апелляциям;органы по классификации средств размещения; заявители - юридические лица или индивидуальные предприниматели, обратившиеся с заявкой на проведение классификации гостиницы и другого средства размещения.

Федеральный орган исполнительный власти в сфере туризма утверждает решения Аттестационной комиссии об аттестации гостиниц и других средств размещения на категорию; создает Комиссию по апелляциям; осуществляет взаимодействие с зарубежными системами классификации средств размещения.

ЦОС - организация, осуществляющая следующие функции: формирование Аттестационной комиссии и утверждение документов Системы, в том числе по оплате работ в Системе; принятие заявок на проведение экспертной оценки соответствия гостиниц и других средств размещения категории на территории страны; ведение единого Реестра Системы, организация публикаций официальной информации, предоставление сведений об объектах классификации; организация разработки методических документов Системы; В состав Аттестационной комиссии входят:

Аттестационная комиссия: формирует политику в области классификации гостиниц и других средств размещения; принимает решения об аттестации гостиницы и другого средства размещения на категорию.

Органы по классификации: организуют проведение экспертной оценки соответствия гостиниц и других средств размещения категории на территории страны на основе единой методологии и критериев; формируют экспертную комиссию из числа аттестованных в Системе экспертов в количестве до трех человек и назначают председателя экспертной комиссии; представляют документы по результатам экспертной оценки в ЦОС для принятия решения Аттестационной комиссии об аттестации гостиниц и других средств размещения на категорию; *Эксперты*: проводят оценку гостиниц и других средств размещения и документируют ее результаты; обеспечивают конфиденциальность полученной в ходе оценки информации.

Заявители - юридические лица или индивидуальные предприниматели, обратившиеся с заявкой на проведение классификации гостиницы и другого средства размещения: направляют заявку на проведение классификации гостиницы и другого средства размещения в ЦОС; после получения сертификата категории получают право на применение Знака категории, а также использование "звезд" в оформлении документов и в рекламных целях; ***Порядок проведения работ по классификации гостиниц согласно*** *Системе классификации гостиниц и других*

средств размещения (от 21.07.2005 г). Требования к гостиницам и другим средствам размещения различных категорий

Порядок проведения работ по классификации

- Классификация гостиниц и других средств размещения проводится в три этапа:

первый этап - экспертная оценка соответствия гостиницы и другого средства размещения категории; второй этап - аттестация гостиницы и другого средства размещения; третий этап - экспертный контроль классифицированных гостиниц и других средств размещения.

- Экспертная оценка соответствия гостиниц и других средств размещения категории проводится в следующем порядке: - получение от заявителя заявки на классификацию;

- проведение экспертной оценки гостиницы и другого средства размещения и составление акта.

Экспертная оценка соответствия гостиниц и других средств размещения одной из категорий проводится в три этапа:

первый этап - проводится предварительная экспертная оценка соответствия гостиницы и другого средства размещения установленным требованиям. По результатам предварительной экспертной оценки составляется протокол соответствия гостиницы и другого средства размещения одной из категорий;

второй этап - проводится балльная оценка гостиницы и другого средства размещения по критериям, соответствующим установленным требованиям. По результатам балльной оценки составляется протокол и указывается суммарное количество баллов;

третий этап - на основании вышеуказанных протоколов проводится окончательная экспертная оценка соответствия гостиницы и другого средства размещения определенной категории.

Экспертная оценка соответствия номеров категориям проводится в три этапа:

первый этап - проводится предварительная экспертная оценка соответствия номера установленным требованиям. По результатам предварительной экспертной оценки составляются протоколы соответствия номеров категориям;

второй этап - проводится балльная оценка соответствия номеров по критериям, соответствующим установленным требованиям. По результатам балльной оценки составляются протоколы, в которых указывается суммарное количество баллов;

третий этап - на основании вышеуказанных протоколов проводится окончательная экспертная оценка соответствия номеров категориям.

Результаты работы экспертной комиссии оформляются актом.

Система классификации горнолыжных трасс. Основные цели, организационная структура и функции участников системы классификации горнолыжных трасс. Требования для горнолыжных трасс. Шкала риска схода лавин.

Общие положения. Классификация горнолыжных трасс включает в себя проведение оценки их соответствия требованиям по безопасности, информационному обеспечению, сложности, доступу к соответствующему участку и предоставление дополнительных услуг на трассах, предусмотренных Системой классификации горнолыжных трасс (далее – Система).

II. Основные цели

Основными целями Системы являются: гармонизация критериев классификации горнолыжных трасс в Российской Федерации с существующей зарубежной практикой; обеспечение соблюдения современных стандартов обслуживания и качества услуг, предоставляемых на горнолыжных трассах; дифференциация горнолыжных трасс по категориям в зависимости от уровня сложности; обеспечение потребителя полной и достоверной информацией (в т.ч. о категории горнолыжной трассы), в целях предоставления возможности компетентного выбора горнолыжной трассы; содействие увеличению туристского потока и доходов от въездного и внутреннего туризма за счет укрепления доверия российских и иностранных потребителей к объективности оценки услуг, предоставляемых на горнолыжных трассах.

III. Организационная структура Системы и функции её участников

3.1 Организационную структуру Системы образуют:
Федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма;
Центральный орган Системы (далее – ЦОС);
Комиссия по оценке состояния горнолыжных трасс (далее – Комиссия);
Комиссия по апелляциям.
3.2. Функции Федерального органа исполнительной власти в сфере туризма: координирует работу по проведению классификации горнолыжных трасс; определяет ЦОС – организацию, уполномоченную на осуществление работ по проведению оценки состояния горнолыжных трасс; утверждает решения Комиссии;
выдает свидетельства о присвоении категории горнолыжным трассам; формирует Комиссию по апелляциям; утверждает решения о приостановлении и об аннулировании свидетельств о присвоении категории горнолыжных трасс.
3.3. Функции ЦОС: осуществляет методическое руководство Системой; организует разработку и утверждение документов, регламентирующих порядок проведения работ по классификации горнолыжных трасс;
утверждает состав Комиссии; разрабатывает и утверждает положение о Комиссии;
принимает заявки на проведение классификации горнолыжных трасс; рассматривает заявки и принимает решение о принятии заявки на проведение классификации горнолыжных трасс;
3.4. Функции Комиссии: принимает решения о соответствии горнолыжных трасс, установленной в Системе категории; готовит предложения о приостановлении и об аннулировании действия свидетельств о присвоении категории горнолыжным трассам.
3.5. Комиссия по апелляциям формируется федеральным органом исполнительной власти в сфере туризма с привлечением представителей организаций туристской индустрии и других организаций, осуществляющих деятельность в сфере туризма. Комиссия по апелляциям собирается по мере необходимости. Апелляции по вопросам, связанным с классификацией горнолыжных трасс, рассматриваются в порядке, установленном настоящей Системой.
ТРЕБОВАНИЯ ДЛЯ ГОРНОЛЫЖНЫХ ТРАСС
Зеленая(для начинающих
Синяя (легкая)
Красная (среднего уровня)
Черная (высокого уровня)

Шкала риска схода лавин

Степень риска	Устойчивость снежного покрова	Вероятность лавинообразования
1. Слабый	Снежный покров устойчив на большинстве склонов	Спровоцированное людьми лавинообразование возможно только на редких крутых склонах*, главным образом, при сильной нагрузке*** от лыжников. Только одинокие осовы или маленькие лавины могут образовываться без участия человека.
2. Ограни-ченный	Снежный покров на некоторых**, достаточно крутых склонах умеренно и слабо устойчив. На других склонах снежный покров устойчив.	Спровоцированное людьми лавинообразование возможно при сильной нагрузке от лыжников*** и на некоторых склонах, зафиксированных в специальных бюллетенях. Широкий сход естественных лавин не ожидается.
3. Средний	Снежный покров на многих достаточно крутых склонах** слабо устойчив.	Спровоцированное людьми лавинообразование возможно иногда даже при слабой нагрузке от лыжников и на многих склонах, особенно на тех, которые зафиксированы в специальных бюллетенях. В некоторых случаях возможно образование естественных средних и иногда довольно крупных лавин.
4. Высокий	Снежный покров неустойчив на большинстве** довольно крутых склонов.	Спровоцированное людьми лавинообразование возможно даже при слабой нагрузке*** от лыжников на многочисленных достаточно крутых склонах. В

		некоторых случаях можно ожидать многочисленное образование естественных средних и иногда крупных лавин.
5. Очень высокий	Общая неустойчивость снежного покрова.	Многочисленные крупные лавины образуются без участия человека даже на территориях с некрутыми склонами.

Система классификации пляжей. Основные положения системы. Требования к пляжам на соответствие категории.

I. Общие положения Классификация пляжей включает в себя проведение оценки их соответствия требованиям по безопасности, информационному обеспечению и предоставлению дополнительных услуг на пляжах (приложение №1), присвоение пляжам соответствующих категорий, предусмотренных Системой классификации пляжей (далее – Система).

Порядок проведения работ по классификации пляжей

Классификация пляжей проводится в 2 этапа: экспертная оценка соответствия пляжей установленным в Системе требованиям; присвоение пляжам соответствующей категории по результатам экспертной оценки.

Экспертная оценка соответствия пляжей включает в себя проверку соответствия пляжей требованиям, установленным в Системе.

Экспертная оценка соответствия пляжей проводится в следующем порядке: получение по инициативе заявителя заявки на проведение классификации пляжей; проведение оценки пляжей установленным в Системе требованиям и составление акта.

После подачи заявки юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, являющимся собственником, арендатором пляжей и осуществляющим владение и их пользование (далее – владелец). ЦОС заключает договор с заявителем на выполнение работ по проведению классификации пляжей.

После заключения договора на проведение классификации пляжа, ЦОС направляет экспертов для проведения работ по оценке соответствия пляжа минимальным требованиям, установленным в Системе;

Результаты работы экспертов оформляются актом в 3-х экземплярах.

В случае отказа в классификации пляжа Комиссия готовит соответствующее решение и направляет его в федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма на утверждение. Не позднее 30 дней со дня утверждения решение с обязательным указанием причин отказа направляется заявителю.

Контроль за соответствием пляжей, прошедших процедуру классификации, соответствующей категории осуществляет ЦОС.

Термины, определения и основные положения ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» (с изм. на 17 января 2007 года).

В настоящем Федеральном законе используются следующие основные понятия: туризм, туристская деятельность, туризма внутренний, выездной, въездной, международный, социальный, самодеятельный, турист, тур ресурсы, тур индустрия, тур продукт, туроператорская турагентская деятельность, формирование тур продукта, продвижение турпродукта, реализация турпродукта, экскурсовод, гид-переводчик, инструктор-проводник, тур путевка.

Источник: https://studfile.net/preview/3539709/page:48/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какова последовательность работ по подготовке производства к выпуску новой продукции?
2. Качество – всемирное поле для соперничества.
3. Качество как объект управления.
4. Качество как экономическая категория.
5. Критерии затрат на качество.

6. Международный опыт в сертификации.
7. Место организации и оплаты труда в процессе улучшения качества.
8. Какие стратегии развития гостиничных сетей можно назвать? В чем их особенности?

1. Учебная дисциплина. Менеджмент качества услуг на предприятии туризма и гостеприимства

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности построения СМК туристских предприятий	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Политика в области качества туристского предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Состав документов СМК	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК

Текст лекции.

Теоретические основы системы менеджмента качества

СМК - это система, созданная на предприятии для постоянного формирования политики и целей в области качества, а так же для достижения этих целей с целью постоянного улучшения качества выпускаемой продукции или оказываемых услуг.

СМК призвана обеспечивать качество продукции или услуг предприятия и «настраивать» это качество на ожидания потребителей (заказчиков). При этом ее главная задача - не контролировать каждую единицу продукции, а сделать так, чтобы не было ошибок в работе, которые могли бы привести к появлению брака (плохому качеству продукции или услуг).

Причиной брака всегда являются неправильные действия. А для того, чтобы их избежать, необходимо формализовать (описать) правильные действия для создания качественной продукции или услуг, разработать инструкции по выполнению правильных действий и контролировать эти действия.

Система менеджмента качества - система менеджмента для руководства и управления организацией применительно к качеству.

СМК является частью системы менеджмента организации, направленной на удовлетворение потребностей, ожиданий и требований заинтересованных сторон для достижения результатов в соответствии с целями в области качества. Цели в области качества дополняют другие цели организации, связанные с развитием, финансированием, рентабельностью, окружающей средой, охраной труда и безопасностью. Различные части системы менеджмента организации могут интегрированы вместе с системой менеджмента качества в единую систему менеджмента, использующие общие элементы. Это может облегчить планирование, выделение ресурсов, определение дополнительных целей и оценку общей эффективности организации. Система менеджмента организации может быть оценена на соответствие собственным требованиям организации. Она может быть также проверена на соответствие требованиям международных стандартов, таких, как ИСО 9001, ИСО 14001. Эти аудиты (проверки) могут проводиться отдельно или совместно.

Системы менеджмента качества содействуют организациям в повышении удовлетворённости потребителей и становятся социальной необходимостью.

Потребителям необходима продукция, характеристики которой удовлетворяли бы их потребностям и ожиданиям. Эти потребности и ожидания отражаются в технических условиях на продукцию и считаются требованиями потребителей. Требования устанавливаются потребителем в контракте или определяются самой организацией. В любом случае приемлемая ценность продукции, в конечном счете, устанавливается потребителем.

Поскольку потребности и ожидания потребителей меняются, организации также испытывают давление, обусловленное конкуренцией и техническим прогрессом, из-за чего они должны постоянно совершенствовать свою продукцию и технологические процессы.

Системный подход к менеджменту качества побуждает организации анализировать требования потребителей, определять процессы, способствующие получению продукции, приемлемой для потребителей. СМК может быть основой постоянного увеличения вероятности повышения удовлетворенности, как потребителей, так и других заинтересованных сторон. Она дает уверенность самой организации потребителям в ее способности поставлять продукцию, полностью соответствующую потребительским требованиям.

Обоснование необходимости систем менеджмента качества преимущественно сосредоточено в выявлении общественной потребности, потребности и ожиданий заинтересованных сторон.

СМК как система состоит из следующих элементов: организация, процессы, документы и ресурсы.

По определению ИСО, организация - это группа сотрудников и необходимых средств с распределением ответственности, полномочий и взаимоотношений. Другими словами, под организацией понимается совокупность элементов организационно-штатной структуры,

связанных с качеством, правила их взаимодействия, а так же персонал, отвечающий за качество.

Процесс - совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов деятельности, преобразующие «входы» и «выходы». При этом «входами» процесса обычно являются «выходы» других процессов. Процессы в организации, как правили, планируются и осуществляются с целью добавления ценности (от «входа» к «выходу»).

Важное значение в СМК имеет понятие процедуры. Процедура - установленный способ осуществления деятельности или процесса. Таким образом, процедурой можно назвать процесс (или совокупность процессов); с другой стороны - это документ, формализующий правильный способ выполнения процесса.

Документ - информация (значимые данные), размещенная на соответствующем носителе. С документами системы качества должны быть связаны другие организационно-распорядительные документы предприятия, например «Положения о подразделениях» и «Должностные инструкции».

К основным документам СМК относятся:

- приказы и положения по предприятию, относящиеся к СМК («О совершенствовании системы качества», «О представителе руководства», «О руководителе проекта», «О службе системы качества»);
- политика в области качества - основные направления и цели организации в области качества, официально сформулированные руководством;
- процедуры системы качества;
- руководство по качеству - документ, излагающий политику в области качества и описывающий систему качества;
- рабочие инструкции, связанные с качеством;
- контрольные инструкции, связанные с качеством.

СМК повышает прозрачность предприятия в части его организационной структуры, бизнес-процессов и функций. При разработке процедур, представляющих собой алгоритм деятельности, связанной с качеством, определяются или уточняются и организационная структура (как обязательства, полномочия и взаимоотношения), и бизнес-процессы и функции. Необходимо отметить, что это не относится к финансовой прозрачности, так как СМК не затрагивает финансовую деятельность предприятия.

Управляемость предприятия улучшается в связи с тем, что при проектировании СМК строго распределяется ответственность за выполнение процедур. В большинстве процедур предусмотрено ведение записей (отчетов), о качестве, которые формируют ответственные лица после выполнения установленных действий. В процессе создания СМК пересматриваются положения о подразделениях, должностные и рабочие инструкции. Это так же повышает управляемость предприятия.

Развитие предприятия обусловлено несколькими факторами. К ним относятся повышение компетентности (обязательность подготовки) персонала, его вовлечение в процесс создания системы, повышение эффективности производства за счет устранения лишних функций и снижения доли некачественной продукции, концентрация усилий на существенном, а так же улучшение отношений с потребителями и поставщиками. Наиболее явно сертификация и эффективное функционирование СМК влияют на конкурентоспособность предприятия. Наличие сертификата значительно поднимает авторитет предприятия, его торговой марки. Это позволяет изменить ценовую политику предприятия (заведомо качественная продукция должна стоить дороже). Наличие сертификата увеличивает вероятность успеха при участии в конкурсах и тендерах. В некоторых случаях оно даже является обязательным условием конкурса и тендера.

Один из шагов на пути улучшения менеджмента -- внедрение СМК, соответствующей требованиям стандартов ИСО серии 9000:2000. Сформулированные в них принципы менеджмента и критерии качества вобрали в себя основной опыт международного сообщества

по созданию конкурентоспособного бизнеса. Нам осталось всего лишь внедрить эти стандарты таким образом, чтобы они эффективно работали на наших предприятиях.

СМК представляет собой модель менеджмента многочисленных взаимосвязанных, взаимодействующих, динамичных видов деятельности (процессов), осуществляемых организацией (рис. 1.). Предназначена она для постоянного улучшения деятельности, а следовательно, для повышения конкурентоспособности организации на отечественном и мировом рынках.

Модель системы менеджмента качества



Рис. 1. Модель системы менеджмента качества

В версии стандартов ИСО серии 9000 и сделан акцент на процессный подход к организации и управлению работами, главная цель которого -- избавиться от разобщенности, неэффективности и внутренних конфликтов, присущих многим функциональным иерархическим организациям. В соответствии с этим подходом для управления организацией целесообразно оперировать системой из четырех групп показателей: удовлетворенность персонала; результативность и эффективность внутренних бизнес-процессов; удовлетворенность потребителей; финансовые результаты. Последние -- это только «вершина айсберга», его надводная часть. Обеспечивает получение желаемых финансовых результатов только удовлетворенный персонал посредством оптимизированных процессов, направленных на удовлетворение потребителя! Выход результативных и эффективных процессов -- продукция или услуга того качества, за которое организации платят ее потребители. Все перечисленные показатели взаимосвязаны.

Такой подход дает руководителям возможность сконцентрировать усилия всех подразделений организации на выработке стратегий, направленных на достижение долгосрочных результатов. При этом цели всех четырех групп показателей взаимосвязаны с долгосрочными финансовыми результатами. Задачи подразделений, команд и сотрудников соответствуют стратегическим задачам организации. Распределение ресурсов, стратегические инициативы и годовые бюджеты подчинены стратегии, а совещания по подведению итогов дают возможность установить четкую обратную связь и получить достоверную текущую информацию о ходе реализации стратегии. Для достижения целей надо, чтобы все работники организации действовали как один слаженный организм. Этого можно достичь, существенно улучшив качество менеджмента, основанного на уважении личности и мотивации, ориентированной на природу человека, знания и информацию.

Таким образом, СМК призвана обеспечивать качество продукции или услуг предприятия и «настраивать» это качество на ожидания потребителей (заказчиков). При этом ее главная задача - не контролировать каждую единицу продукции, а сделать так, чтобы не было ошибок в работе, которые могли бы привести к появлению брака (плохому качеству продукции или услуг).

И именно СМК будет объединять одинаковые процедуры для разных процессов в единую систему управления организацией. Вот почему действительно работающая СМК выполняет в любой организации роль интегратора (объединителя).

С другой стороны, отсюда вытекает, что СМК -- вовсе не «довесок» к традиционной системе управления, а просто способ создания хорошей системы управления предприятием.

Источник:
https://studwood.net/769086/menedzhment/sistema_menedzhmenta_kachestva_suschnost_soderzhanie?ysclid=lh7ojd2hhe704231482

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Методы административные и экономические к управлению качеством.
2. На каком этапе проектирования качества продукции надо проводить корректирующие мероприятия?
3. Назовите основные критерии выбора объектов комплексной стандартизации?
4. Назовите основные статистические методы оценки качества продукции?
5. Направления по улучшению деятельности предприятия по совершенствованию качества.
6. Нормативные требования и рекомендации к системам менеджмента безопасности труда и охраны здоровья.
7. Нормативные требования и рекомендации к системам менеджмента безопасности продукции.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Планирование контроля качества туристской услуги	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Планирование обеспечения качества	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Состав документов для сертификации	Информационная лекция

	СМК	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства

Текст лекции.

Стандартизация — это деятельность, направленная на разработку и установление требований, норм, правил, характеристик как обязательных для выполнения, так и рекомендуемых, обеспечивающая право потребителя на приобретение услуг надлежащего качества за приемлемую цену, а также право на безопасность и комфортность труда.

Цель стандартизации — достижение оптимальной степени упорядочения в той или иной области посредством широкого и многократного использования установленных положений, требований, норм для решения реально существующих, планируемых или потенциальных задач. Цели стандартизации можно разделить на общие и узкие.

Общие цели вытекают прежде всего из содержания понятия. Конкретизация общих целей связана с выполнением тех требований стандартов, которые являются обязательными. К ним относятся разработка норм, требований, правил, обеспечивающих: безопасность услуг для жизни и здоровья людей, окружающей среды и имущества, качество услуг в соответствии с уровнем развития научно-технического прогресса, экономии всех видов ресурсов, безопасность хозяйственных объектов, связанная с предотвращением возникновения различных катастроф (природного и техногенного характера) и чрезвычайных ситуаций и т.д.

Узкие (конкретные) цели стандартизации относятся к определенной области деятельности, сфере услуг в целом, тому или иному предприятию в отдельности, конкретной услуге и т.д.

Стандартизация связана с такими понятиями, как объект (предмет) стандартизации и область стандартизации.

Объект стандартизации — услуга, процесс обслуживания, для которых разрабатывают те или иные требования, характеристики, параметры, правила и т.п. Стандартизация может касаться либо объекта в целом, либо его отдельных составляющих (характеристик).

Область стандартизации — совокупность взаимосвязанных объектов стандартизации. Например, гостиничная индустрия является областью стандартизации, а объектами стандартизации могут быть конкретные гостиничные услуги: услуги по оформлению и размещению гостей, услуги горничной по уборке номеров, услуги питания и т.д.

Стандартизация осуществляется на разных уровнях. Уровень стандартизации различается в зависимости от того, участники какого географического, экономического, политического региона мира принимают стандарт. В зависимости от уровня, на котором осуществляется стандартизация, различают:

• международную стандартизацию — деятельность, открытую для соответствующих органов любой страны;

• региональную стандартизацию — деятельность, открытую только для соответствующих органов государств одного географического, политического или экономического региона мира;

• национальную стандартизацию — стандартизацию в одном конкретном государстве. В свою очередь национальная стандартизация может осуществляться на разных уровнях: на

государственном, отраслевом, в том или ином секторе экономики, на уровне ассоциаций, объединений, предприятий.

Международная и региональная стандартизация осуществляется специалистами стран, представленных в соответствующих международных и региональных организациях.

В процессе стандартизации вырабатываются нормы, правила, требования, характеристики, касающиеся объекта стандартизации, которые оформляются в виде нормативного документа. Разновидности нормативных документов рекомендованы Руководством 2 ИСО/МЭК, составленным международной организацией по стандартизации (ИСО). Это стандарты, документы технических условий, своды правил, регламенты.

Стандарт — это нормативный документ, разработанный на основе консенсуса, утвержденный признанным органом, направленный на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области. В стандарте устанавливаются для всеобщего и многократного использования общие принципы, правила, характеристики, касающиеся различных видов деятельности или их результатов. Стандарт должен быть основан на обобщенных результатах науки, техники и практического опыта и направлен на достижение оптимальной пользы для общества.

Руководство 2 ИСО/МЭК, обобщая международный опыт стандартизации, представляет следующие возможные виды стандартов:

• *основополагающий стандарт* имеет широкую область распространения или содержит общие положения для определенной области. Основополагающий стандарт может применяться непосредственно в качестве стандарта или служить основой для других стандартов;

• *терминологический стандарт* распространяется на термины, к которым, как правило, даются определения, а в некоторых случаях — примечания, иллюстрации и т.д. Например, стандартизированными могут быть следующие термины: гостиничная услуга, услуга общественного питания, гостиница, ресторан, кафе, бар и т.д;

• *стандарт методов испытаний* устанавливает методики, правила, процедуры различных испытаний и сопряженных с ним действий;

• *стандарт на услугу, процесс, продукцию* устанавливает требования, которым должны удовлетворять услуга, процесс, продукция, с тем чтобы обеспечить их соответствие назначению,

• *стандарт на совместимость* устанавливает требования, касающиеся совместимости продукции или систем в местах их сочленения;

• *стандарт с открытыми значениями, неиденцифицирующий стандарт* содержит перечень характеристик, для которых должны быть указаны значения или другие данные для конкретизации услуги или процесса. Как правило, такие данные конкретизируются в договорных отношениях производителем либо потребителем

Документ технических условий устанавливает технические требования, которым должна удовлетворять услуга (продукция, процесс). В документе технических условий должны быть указаны, в случае необходимости, процедуры, с помощью которых можно установить, соблюдены ли данные требования.

Свод правил — документ, рекомендующий технические правила или процедуры проектирования, изготовления, обслуживания, эксплуатации.

Регламент — документ, содержащий обязательные правовые нормы и принятый органом власти.

Развитие международной торговли и международного сотрудничества во всех областях человеческой деятельности объективно привело к необходимости согласования (гармонизации) национальных стандартов, разработке и широкому применению международных стандартов. Мировой опыт управления качеством сконцентрирован в пакете международных стандартов ИСО 9000— 9004, принятых в марте 1987 года и обновленных в 1994 году. В своем классическом варианте стандарты ИСО серии 9000 были разработаны для промышленности, однако общая философия систем качества, изложенная в них, универсальна. Поэтому в настоящее время предприятия и организации самых различных сфер деятельности

стали активно использовать эту методологию. Следует отметить, что за рубежом тысячи гостиниц и ресторанов сертифицируют свои системы качества в национальных и международных системах сертификации, что дает им значительные преимущества в конкурентной борьбе. Примеры сертификации систем качества на гостиничных предприятиях имеются в Российской Федерации. Определенным достижением мирового опыта в управлении качеством услуг можно считать принятие ИСО международного стандарта ИСО 9004-2 "Общее руководство качеством и элементы системы качества. Часть 2. Руководящие указания по услугам".

Сертификация

Слово "сертификация" в переводе с латинского языка означает "сделано верно". Для того чтобы убедиться, что услуга "оказана верно", необходимо знать, каким требованиям она должна соответствовать и каким образом возможно получить достоверные доказательства этого соответствия. Общепризнанным способом такого доказательства служит сертификация соответствия.

Сертификация — процедура, посредством которой третья сторона дает письменную гарантию, что услуга соответствует заданным требованиям. Под третьей стороной понимается лицо или орган, признанный независимым ни от производителя услуг (первой стороны), ни от их потребителя (второй стороны).

Процедуры, правила, испытания и другие действия, которые можно рассматривать как составляющие самого процесса сертификации, могут быть различными в зависимости от ряда факторов. Среди них — законодательство, касающееся стандартизации, качества и непосредственно сертификации, особенности объекта сертификации, что в свою очередь определяет выбор метода проведения исследований и т.д. Другими словами, доказательство соответствия производится по той или иной системе сертификации. В соответствии с Руководством 2 ИСО/МЭК — это система, которая осуществляет сертификацию по собственным правилам, касающимся как процедуры, так и управления.

В общем виде *систему сертификации* составляют:

• центральный орган, который управляет системой, проводит надзор за ее деятельностью и может передавать право на проведение сертификации другим органам;
• правила и порядок проведения сертификации;
• нормативные документы, на соответствие которым осуществляется сертификация;
• процедуры (схемы) сертификации;
• порядок инспекционного контроля.

Сертификацию услуг осуществляют органы по сертификации, аккредитованные в центральном (национальном) органе. Функции органа по сертификации услуг могут выполнять предприятия и организации, отвечающие требованиям независимости и компетентности и имеющие не менее двух экспертов-аудиторов.

Системы сертификации могут действовать на национальном, региональном и международном уровнях. Если система сертификации занимается доказательством соответствия определенного вида услуг, — это система сертификации однородных услуг, которая в своей практике применяет стандарты, правила и процедуру, относящиеся именно к данным услугам.

Сертификация может носить обязательный и добровольный характер.

Обязательная сертификация осуществляется на основании законов и законодательных положений и обеспечивает доказательство соответствия услуг гостеприимства требованиям технических регламентов, обязательным требованиям стандартов. Обязательные требования относятся к безопасности, охране здоровья людей и окружающей среды.

Обязательная сертификация введена законами "О защите прав потребителей", "О сертификации продукции и услуг". Для осуществления обязательной сертификации создаются системы обязательной сертификации. Номенклатура объектов обязательной сертификации устанавливается на государственном уровне управления. Так, в частности, в перечень услуг, подлежащих обязательной сертификации, утвержденный постановлением правительства Российской Федерации от 13 августа 1997 года № 1013, включены услуги гостиниц и прочих

мест проживания (код группы — 04); услуги по предоставлению мест проживания (06); услуги питания, услуги по изготовлению кулинарной продукции, услуги по реализации кулинарной продукции (12).

Добровольная сертификация проводится по инициативе юридических или физических лиц на договорных условиях между заявителем и органом по сертификации в системах добровольной сертификации. Решение о добровольной сертификации обычно связано с проблемами конкурентоспособности услуг, продвижением услуг на рынок (особенно зарубежный), предпочтениями покупателей, все больше ориентирующихся в своем выборе на сертифицированные услуги. При сертификации услуг используются схемы, представленные в таблице 5.1.

Таблица 5.1

Возможные схемы сертификации услуг

Номер схемы	Оценка мастерства исполнения	Оценка процесса предоставления услуги	Аттестация предприятия	Сертификация систем качеств	Выборочная проверка результатов услуги	Инспекционный контроль
1	X				X	Проверка результата услуги
2	X					Социологическая оценка результатов услуги
3		X			X	Контроль стабильности процесса
4		X				Проверка результата услуги
5			X			То же
6				X		Контроль стабильности функционирования

Наиболее распространенным примером добровольной сертификации в индустрии гостеприимства является сертификация предприятий на соответствие требованиям определенной категории по действующей классификации (см. главу 1).

Вехой в развитии добровольной сертификации гостиниц можно считать 1989 год, когда ВТО разработала проект "Международная гармонизация критериев гостиничной классификации на основе классификационных стандартов", одобренный региональными комиссиями (Мадрид, ВТО, 1989, 30. XI).

Добровольная сертификация проводится органами по сертификации по договорным ценам и только после получения обязательного сертификата безопасности.

Порядок проведения сертификации услуг включает:

1) подачу заявки на сертификацию;

2) принятие решения по заявке, в том числе выбор схемы сертификации;

3) разработку методики проведения проверки;

4) проведение сертификационной проверки;

5) выдачу сертификата соответствия и лицензии на применение знака соответствия, заключение договора на проведение инспекционного контроля за соответствием;

6) осуществление инспекционного контроля за соответствием сертифицированной услуги требованиям нормативных документов.

Инспекционный контроль осуществляется органом, выдавшим сертификат, в течение всего срока действия сертификата, но не реже одного раза в год, в форме периодических и внеплановых проверок. Результаты инспекционного контроля оформляются актом, в котором дается оценка результатов контроля и заключение о возможности сохранения действия выданного сертификата. Акт хранится в органе по сертификации, а его копии направляются исполнителю услуг и организациям, принимавшим участие в инспекционном контроле.

В случае выявления нарушений действие сертификата может быть приостановлено либо прекращено.

Источник: https://studfile.net/preview/10073179/page:41/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Как менялось отношение, к стандартизации и сертификации?
2. Приведите отраслевые примеры стандартизации и сертификации
3. Как по вашему мнению: нужна, необходима и вообще целесообразна ли сертификация и стандартизация услуг?
4. В чем разница между стандартизацией продуктов (товаров) и услуг
5. Какие вы видите сложности, связанные с процессами сертификации и стандартизации?

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. Менеджмент качества услуг на предприятии туризма и гостеприимства

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Различные подходы к содержанию понятия «качество».	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Отличается ли процедура аудита качества системы, процесса, продукта?
2. Охарактеризуйте основные принципы менеджмента качества.
3. Охарактеризуйте особенности метрологического обеспечения производства продукции
4. Формирование стратегии, тактики и планирования в системе менеджмента качества.
5. Чем отличается оценка качества продукции у потребителя и продавца?
6. Чем различаются понятия самооценка, инспекция качества, внутренний аудит качества?
7. Что влияет на управленческое решение при формировании потребительского качества продукции?
8. Что означает конкурентоспособность качества продукции?

1. Учебная дисциплина. Менеджмент качества услуг на предприятии туризма и гостеприимства

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Качество как социально-экономическая категория и объект управления.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Инструменты управления качеством.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

9. Основные подходы к менеджменту качества.
10. Особенности управления качеством проекта.
11. Российский и международный подход к управлению качеством

12. Системный подход к управлению качеством.
13. Статистическое регулирование процессов.
14. Суть концепций управления качеством Каору Исикава. Диаграмма Исикавы, Джозефа Джурана, Арманда Фейгенбаума, Филиппа Кросби, Майкла Хаммера и Джеймса Чампи.
15. Суть концепций управления качеством Фредерика Уинслоу Тейлора, Анри Файоля, Макса Вебера, Уолтора Шухарта.
16. Суть Тотального управления качеством (TQM).
17. Экономические аспекты управления несоответствующей продукцией.
18. Эффективно ли налаживать долгосрочные отношения с поставщиками?
19. Юридические основы сертификации продукции и услуг.
20. Японский метод управления качеством.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат
Перечень тем раздела 1:

1. Основные методы управления качеством деятельности туристских предприятий. Классификация методов управления качеством.
2. Измерение показателей качества и конкурентоспособности туристских услуг
3. Простые инструменты управления качеством.
4. Диаграмма Исикавы.
5. Диаграмма Парето.
6. Контрольные листки.
7. Карты Шухарта.
8. Гистограмма.
9. Стратификация.
10. Диаграмма разброса.
11. Функциональные инструменты управления качеством.
12. Концепция «6 сигм».
13. Концепция «ZD».
14. Концепция «кайдзен».
15. Порядок проведения АВС анализа.
16. Принцип Парето и особенности его применения в индустрии гостеприимства.
17. Управление социальной ответственностью.
18. Принципы TQM.
19. Концепция TQM.
20. Управление качеством на основе принципов ХАССП.
21. Система экологического менеджмента.
22. Принципы построения дома качества
23. Развертывание функции качества на предприятии туризма
24. Построение диаграммы Парето
25. XYZанализ. Порядок проведения

Методические рекомендации по подготовке к реферату см в разделе 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примеры тестовых заданий:

(??)Может ли уровень качества быть постоянным?
(?)да, может
(!) нет, не может

(?)да, может, но только в том случае, если достигнуты высокие результаты в управлении качеством
(??)Вопросы стандартизации качества актуальны на этапе:
(?)оказания услуги
(?)проектирования услуги
(?)пост продажного обслуживания
(!) все ответы верны
(??)Ценность услуги для потребителя определяется
(!) качеством услуги
(?)востребованностью услуги
(?)платежеспособностью потребителя
(?)все ответы верны
(??)Понимание качества одинаково у:
(?)американцев и японцев
(?)русских и немцев
(?)у всех народов и национальностей
(!) у всех народов разное
(??)Укажите ученых, занимавшихся вопросами постиндустриальной экономики
(!) З. Бзежинский
(?)А. Маслоу
(?)З. Фрейд
(!) Д. Белл
(??)Укажите ученых, занимавшихся вопросами качества
(!) М. Портер
(!) Э. Деминг
(?)З. Бзежинский
(?)все указанные ученые
(??)Уберите лишнее: теория постиндустриальной экономики определила три альтернативы развития для стран
(?)страна-мировое производство
(?)страна поставщик природных ресурсов
(!) страна – кредитор
(?)страна – элита
(??)Принципы семейных отношений в рабочих коллективах характерны для
(?)США
(?)России
(?)Китая
(!) Японии
(??)Международная организация по стандартизации основана в
(?)2000 году
(?)1991 году
(?)1900 году
(!) 1946 году
(??)Российская Федерация
(!) является членом ИСО
(?)не является членом ИСО
(?)подала заявку на членство в ИСО
(?)вышла из ИСО

Методические рекомендации по подготовке к тестированию см в разделе 2

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. Менеджмент качества услуг на предприятии туризма и гостеприимства

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие стандарта. Виды стандартов (классификация)	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Росстандарт: функции и задачи; история деятельности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Представление качества, его связь с другими экономическими категориями (эффективностью, прибыльностью, трудоемкостью, ценой и затратами), его разновидности.
2. Привлечение субподрядчиков к процессу улучшения качества.
3. Принятие решений в системе менеджмента качества, основанных на фактах.
4. Причины разработки серии стандартов OHSAS 18000. На предприятиях
5. Развитие технологий и понятия качества.
6. Раскройте содержание требований к системе менеджмента социальной ответственности (SA 8000).

1. Учебная дисциплина. Менеджмент качества услуг на предприятии туризма и гостеприимства

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие стандартизации, сертификата и процедуры сертификации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Сертификация как подтверждение соответствия стандарту. Виды сертификации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Роль документации в системе управления качеством.
2. Роль сертификации в улучшении качества и экономики предприятия.
3. Роль типизации и стандартизации в системе качества.
4. Сущность и содержание сертификации.
5. Сформулируйте общие требования к проектированию интегрированной системы менеджмента для предприятия.
6. Управление затратами на обеспечение качества.
7. Управление качеством, используя основы стандартов ИСО.
8. Учет требований стандартов социальной ответственности, информационной безопасности и отраслевых стандартов.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: практическое задание
Перечень тем раздела 2:
Разработка основных положений кодекса поведения для предприятия туризма (гостиничного предприятия) по заданным параметрам
Разработка основных скриптов для предприятия туризма (гостиничного предприятия) по заданным параметрам
Разработка СОП для предприятия туризма (гостиничного предприятия) по заданным параметрам
Методические рекомендации по подготовке практическому занятию см в разделе 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примеры тестовых заданий:

(??)Локальные стандарты – это стандарты

(?)отдельных государств

(!)отдельных предприятий

(?)отдельных отраслей экономики

(?)отдельных регионов

(??)Сертификация является

(!)подтверждением стандарту

(!)подтверждением качества продукции и услуги

(?)обязательной процедурой для продукции государственных предприятий

(?)все ответы верны

(??)Кружки качества появились в

(?)Британии

(?)России

(!)Японии

(?)США

(??)При управлении качеством главным является

(?)управление качеством услуг

(?)управление качеством обслуживания

(!)оба ответа верны

(??)Наибольшим доверием у потребителей пользуется

(?)само сертификация

(!)независимая экспертная оценка

(?)не имеет значения, главное наличие сертификата

(??)Национальные стандарты могут не соответствовать мировым

(!)утверждение верно

(?)утверждение неверно

(?)не имеет значения

(?)все ответы верны

(??)Общероссийский классификатор информации об общероссийских классификаторах это

(?)ОКВЭД

(?)ОКУН

(!)ОКОК

(?)ГОСТ

(??)Актуальный Закон ФЗ «О стандартизации» был принят в РФ в

(?)2001 году

(!)2015 году

(?)2000 году

(?)1999 году

(??)Общероссийский классификатор управленческой документации утвержден и действует с

(!)1993 года

(?)1991 года

(?)2001 года

(?)2014 года

(??)Первая редакция закона «О защите прав потребителей» принята в

(!)1991 году

(?)1992 году

(?)1993 году

(?)2001 году

(??)Классификация – это …

(?)параллельное разделение множества объектов на независимые подмножества

(?)последовательное разделение множества объектов на подчиненные подмножества

(?)присвоение объекту уникального наименования, номера, знака, условного обозначения, признака или набора признаков и т. п., позволяющих однозначно выделить его из других объектов

(!)разделение множества объектов на классификационные группировки по их сходству или различию на основе определенных признаков в соответствии с принятыми правилами

(??)Измерение – это…

(?)определение искомого параметра с помощью органов чувств, номограмм или любым другим путем

(!)совокупность операций, выполняемых с помощью технического средства, хранящего единицу величины, позволяющего сопоставить измеряемую величину с ее единицей и получить значение величины

(?)применение технических средств в процессе проведения лабораторных исследований

(?)процесс сравнения двух величин, процесс, явлений и т. д.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию см в разделе 2

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. Менеджмент качества услуг на предприятии туризма и гостеприимства

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности построения СМК туристских предприятий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Политика в области качества туристского предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Состав документов СМК	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Планирование работ и документирование ИСМ
2. Подсистемы ИСМ и их взаимодействие.
3. Подходы к проектированию и внедрению ИСМ.
4. Подходы к управлению качеством (TQM, Бережливое производство, сигм).
5. Позиции системы менеджмента качества, на основе объединения данных мирового опыта.
6. Понятие, назначение и преимущества интегрированных систем менеджмента (ИСМ).

1. Учебная дисциплина. Менеджмент качества услуг на предприятии туризма и гостеприимства

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Планирование контроля качества туристской услуги	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Планирование обеспечения качества	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Состав документов для сертификации СМК	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Нормативные требования и рекомендации к системам менеджмента качества.
2. Нормативные требования и рекомендации к системам экологического менеджмента.
3. Объективные факторы стабильного повышения качества.
4. Организационные строения и модели по управлению качеством.
5. Организация системы сертификации в РФ и ее роль в международной системе организации
6. Организация управления процессами, как важнейший элемент системы качества.
7. Ориентация на потребителя в системе менеджмента качества.
8. Правовая основа и периоды сертификации систем качества.
9. Правовые основы сертификации продукции и услуг.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: расчетно-практическое задание
Перечень тем раздела 3:

1) Особенности построения СМК туристских предприятий. В данной задаче выявляются особенности построения СМК конкретного туристского предприятия. Если в данном предприятии СМК не существует, разрабатывается комплекс предложений по ее формированию.
2) Разработка основных внутренних документов СМК. В данном разделе определяется перечень документов для СМК конкретного предприятия индустрии туризма. Разрабатываются предложения по политике качества.
3) Сертификация СМК туристского предприятия. Разработка последовательности действий при сертификации СМК предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
4) Оценка эффективности СМК туристского предприятия. Анализ показателей деятельности до и после внедрения СМК.

Методические рекомендации по подготовке практическому занятию см в разделе 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

Примеры тестовых заданий:

(??)Свод правил – это документ, который используется в целях ……
(?)замены существующих национальных стандартов
(!)обеспечения соблюдения требований технических регламентов
(?)установления обязательных требований к продукции
(?)конкретизации отдельных положений соответствующего по назначению основополагающего национального стандарта
(??)Свод правил – это документ, утвержденный ……
(?)Росстандартом
(!)соответствующим Федеральным органом исполнительной власти
(?)Правительством РФ
(?)руководителем организации
(?)Межрегиональным территориальным управлением
(??)Общероссийские классификаторы утверждает ……
(!)Федеральный орган исполнительной власти
(?)Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии
(?)Правительство РФ
(?)«Стандартинформ»
(??)Общероссийский классификатор – это документ, в котором содержатся ……
(?)организационно-методические положения по обмену информацией, которые необходимо выполнить
(?)наименования и коды классификационных группировок
(!)правила выполнения работ по классификации технико-экономической и социальной информации
(??)Общероссийский классификатор – это документ, который ……
(?)используется для установления обязательных требований к продукции
(?)используется при межведомственном обмене информацией
(?)является документом добровольного применения
(!)является обязательным для применения в государственных информационных системах
(?)определяет порядок проведения работ по стандартизации и оформления результатов таких работ
(??)Нормативный документ, устанавливающий правила, рекомендации или характеристики различных видов деятельности или их результатов для добровольного многократного использования, называется ……
(?)правилами стандартизации
(!)рекомендациями по стандартизации
(?)стандартом

(?)сводом правил
(?)техническими условиями
(??)Правила стандартизации – это документ, который используется ……
(?)для предварительной проверки на практике организационно-методических положений, еще не ставших типовыми
(!)для конкретизации отдельных положений соответствующего основополагающего национального стандарта
(?)для замены существующих национальных стандартов
(?)в случае нецелесообразности разработки организационно-методического национального стандарта
(?)для установления добровольных требований к продукции
(??)Рекомендации по стандартизации – это документ,……
(?)предназначенный для установления добровольных требований к продукции
(!)используемый для предварительной проверки на практике организационно-методических положений, еще не ставших типовыми
(?)который применяется при межведомственном обмене информацией
(?)содержащий советы организационно-методического характера
(??)Технические условия на продукцию разрабатывает ……
(?)Росстандарт
(!)предприятие, производящее продукцию
(?)Ростехрегулирование
(?)ВНИИСтандарт
(??)Участниками работ по стандартизации являются ……
(?)Органы по сертификации
(?)Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии
(?)Испытательные лаборатории
(!)Технические комитеты по стандартизации
(?)Федеральная служба по аккредитации
(??)Обязательный для выполнения нормативный документ в области стандартизации – это…
(?)свод правил
(!)регламент
(?)стандарт предприятия
(?)государственный стандарт
(??)Срок действия стандарта как правило…
(?)устанавливается приблизительно
(?)строго устанавливается
(?)устанавливается в соответствии с действующими правилами
(!)не устанавливается
(??)Причиной отмены стандарта, как правило, служит: 1) прекращение выпуска продукции; 2) принятие нового стандарта; 3) выпуск новой взаимозаменяемой продукции; 4) значительная корректировка показателей качества продукции, затрагивающая ее совместимость…
(!)1, 2
(?)2, 4
(?)1, 3
(?)3, 4

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. СОДЕРЖАНИЕ И ПРИНЦИПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ	
Тема 1.1. ***Введение в теорию стратегического планирования***	история стратегического планирования. Этапы развития стратегического планирования. Предмет и функции стратегического планирования. Опыт стратегического планирования. Отличие стратегического планирования от других видов планирования.
Тема 1.2. ***Уровни и этапы стратегического планирования***	этапы стратегического планирования. Анализ программ стратегического планирования. Стратегический план. Методы планирования и прогнозирования. Выбор методов планирования. Типы базовых стратегий. Уровни и этапы стратегического планирования. Модель «пяти сил» по Портеру. Методики оценки стратегии развития туристского предприятия. Элементы, определяющие эффективность стратегии. *Особенности* принятия отраслевых документов стратегического планирования. Роль Правительства и отраслевых министерств в

	стратегическом планировании развития.
Раздел 2. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА ФЕДЕРАЛЬНОМ, РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ	
Тема 2.1. ***Стратегическое планирование на федеральном уровне***	Понятие о стратегическом планировании в РФ. Система стратегического планирование в РФ. Актуальные документы стратегического планирования развития туризма в РФ. Базовые компоненты документов стратегического планирования развития туризма. Мастер-планирование в туризме. Современные тренды в туризме как условия и факторы стратегического планирования развития туризма в российской федерации. Профильные документы стратегического планирования в сфере туризма (как специализированные, так и в составе комплексных документов). Сущность, виды и базовые принципы аналитики проектов стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях. Виды источников данных аналитики туризма. Методы и алгоритмы аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях. Мастер-класс по теории принятия решений и решению многокритериальных задач в аналитике.
Тема 2.2. ***Стратегическое планирование развития туризма на региональном и муниципальном уровнях***	*Стратегия развития туризма в РФ до 2035. Федеральные, региональные и муниципальные целевые программы развития туризма. Цели, задачи, структура и эффективность программ.* Аналитическое обеспечение стратегического планирования в туризме. Виды источников данных аналитики туризма. Методы и алгоритмы аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях. Понятие «региональный туристский мониторинг». Роль региональных органов в стратегическом планировании. Региональные туристские администрации и из роль в планировании туризма. Планирование элементов структуры туризма в регионе. Кадастр туристских ресурсов для обеспечения реализации программа развития туризма.
Раздел 3. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	
Тема 3.1. ***Общие понятия стратегического планирования предприятий туризма***	понятие стратегии развития туристского предприятия. Отличительные особенности стратегии по И.Ансоффу и Г.Минцбергу. Процесс реализации стратегии. Модель Гарвардской школы бизнеса. Корпоративное, интерактивное, интуитивное, хаотичное планирование. Контур стратегического планирования. Этапы формирования стратегического плана. Основные направления в определении стратегии руководства фирмой. Уровни и этапы стратегического планирования. Модель «пяти сил» по Портеру. Методики оценки стратегии развития туристского предприятия. Элементы, определяющие эффективность стратегии.
Тема 3.2. ***Технологии***	анализ внутренней среды. Элементы внутренней среды.

стратегического планирования туристского предприятия	Цепочка ценностей. Цели разработки стратегии. Анализ внешней среды туристского предприятия. Определение экономических характеристик отраслевого окружения. Основные стратегии туристского предприятия – ограниченный рост, комбинированная стратегия, формирование стратегических альтернатив. Методологические принципы организации стратегического анализа. Методы реагирования на изменения внешней среды. Неопределённость внешней среды. Изучение и прогнозирование трендов. Ресурсный потенциал предприятия. Определение стратегических ресурсов. Конкурентные преимущества предприятия. Производственные стратегии турфирмы. Стратегия роста. Фокусированная стратегия. Маркетинговые стратегии туристского предприятия.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить

ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить

истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным,

осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. СОДЕРЖАНИЕ И ПРИНЦИПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Тема 1.1. *Введение в теорию стратегического планирования*

Вопросы для самоподготовки:

1. Новые подходы к планированию в рыночной экономике и его принципы.
2. Традиционная дореформенная система планирования. Проблемы и опыт выполнения централизованных планов.
3. Концепция индикативного планирования.
4. Планирование как средство реализации принципов стратегии развития компании и механизм регулирования цен.
5. Проблемы и достижения при внедрении системы бизнес-планирования.
6. Особенности бизнес-планирования в России и за рубежом.
7. Основы стратегического планирования развития сервисной деятельности в регионе.
8. Ресурсное обеспечение регионального развития сервисной деятельности

Тема 1.2. *Уровни и этапы стратегического планирования*

Вопросы для самоподготовки:

Конкурентный анализ территориального сервисного производства. Анализ рисков развития сервисной
деятельности на управляемой территории.

10. Стратегии развития сервисной деятельности в РФ.
11. Социальная политика в системе государственного планирования сервисной деятельности.
12. Международный опыт планирования развития сервисной деятельности.
13. Процесс развития стратегического менеджмента (история становления)
14 Сущность, объекты и функции стратегического менеджмента
15. Основные этапы стратегического управления

Раздел 2. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА ФЕДЕРАЛЬНОМ, РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

Тема 2.1. *Стратегическое планирование на федеральном уровне*

Вопросы для самоподготовки:

1. *Этапы стратегического планирования.*
2. *Анализ программ стратегического планирования.*
3. *Стратегический план.*
4. *Методы планирования и прогнозирования.*
5. *Выбор методов планирования.*
6. *Типы базовых стратегий.*
7. *Уровни и этапы стратегического планирования*
8. *Модель «пяти сил» по Портеру.*
9. *Методики оценки стратегии развития туристского предприятия.*
10. *Элементы, определяющие эффективность стратегии.*

Тема 2.2. *Стратегическое планирование развития туризма на региональном и муниципальном уровнях*

Вопросы для самоподготовки:

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года
2. Программно-целевой подход в планировании туризма в РФ
3. Мастер-планирование в туризме
4. Технологии проектного управления в туризме
5. Интернет-ресурсы, содержащие тематическую туристскую информацию в форме инфографических произведений, пространственная информация, туристические карты, создание карты, карты в аналитике стратегического планирования.
6. Содержание, основные цели и задачи стратегического планирования в сфере туризма.
7. Информационное обеспечение планирования туристской деятельности.
8. Стратегическое и тактическое планирование в туризме
9. Прогнозирование как процесс разработки прогнозов.
10. Предсказательная и предписательная функции прогноза в сфере туризма и гостиничного бизнеса

Раздел 3. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 3.1. *Общие понятия стратегического планирования предприятий туризма*

Вопросы для самоподготовки:

1.Понятие и особенности формирования стратегических альтернатив
2. Этапы реализация стратегии
3. Контроль реализации стратегии
4. Миссия организации: понятие, основные черты
5. Цели организации: понятие, критерии качества, виды.
6. Стратегическая пирамида, альтернативные подходы
7. Особенности корпоративной стратегии
8. Деловая стратегия
9. Функциональная стратегия
10. Факторы, определяющие стратегию компании

Тема 3.2. *Технологии стратегического планирования туристского предприятия*

Вопросы для самоподготовки:

1. Подходы к разработке стратегии, стили управления
12. Основные составляющие внешней среды и их взаимосвязь
13. Типы внешнего окружения
14. Методы реагирования на изменения внешней среды
15. PEST-анализ: цель и порядок проведения
16. Отраслевой анализ: понятие, основные показатели

17. Оценка степени конкуренции в отрасли на основе модели «пяти сил» М. Портера
18. Понятие и характеристика движущих сил конкуренции
19. Управленческий анализ: понятие, этапы проведения
20. Конкурентные преимущества
21. SWOT-анализ
22. Основные стратегии развития организации

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Стратегическое планирования на государственном уровне

Тема 1.1. Введение в теорию стратегического планирования

Иллюстрации:



https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/r/RH3Wiml0gLFt9hvQncJzZw5Xa4kGxO1IVYCBrE/slide-3.jpg

Тема 1.2. Уровни и этапы стратегического планирования

Иллюстрации:



https://cf.ppt-online.org/files/slide/5/5oRsg8D1ZLvup7klnAKNGC2m4MPHVrdtbfS9zY/slide-33.jpg

Раздел 2. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА ФЕДЕРАЛЬНОМ, РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

Тема 2.1. *Стратегическое планирование на федеральном уровне*

Иллюстрации:



https://image3.slideserve.com/5986599/slide4-l.jpg



https://mulino58.ru/wp-content/uploads/7/b/9/7b933cf0b5d86da8044504783125a7b8.jpg

Тема 2.2. *Стратегическое планирование развития туризма на региональном и муниципальном уровнях*

Иллюстрации:



https://avatars.mds.yandex.net/i?id=e4754eb709e96c548f74302c76bf20be-4586846-images-thumbs&n=13

Раздел 3. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 3.1. *Общие понятия стратегического планирования предприятий туризма*

Иллюстрации:



https://cf.ppt-online.org/files/slide/o/OZiuyDcxRvlIQWJ8KdPFVE3zS0jYgqG5NaAU7w/slide-8.jpg



https://fsd.multiurok.ru/html/2020/01/25/s_5e2bdf093d398/img12.jpg

Тема 3.2. Технологии стратегического планирования туристского предприятия

Иллюстрации:



https://cf.ppt-online.org/files1/slide/v/vfzFSYjNB7LXtJPoghxUMbc6R02Cda1k8wyenlT3Am/slide-3.jpg

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников,

систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится

проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Стратегическое планирования на государственном уровне

Тема 1.1. Теоретические основы планирования в политике

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Опыт стратегического планирования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Опыт стратегического планирования в зарубежных странах	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Современные приоритеты стратегического планирования РФ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Теоретические основы планирования в политике

Текст лекции.

Современная ситуация в мире подвержена серьезным изменениям и требует от руководства России особого политического искусства в управлении внутренними политическими процессами и быстрого реагирования на внешние вызовы. Текущий политический процесс характеризуется высокой степенью неопределенности и волатильности и заставляет лиц, принимающих политические решения, искать эффективные средства для его стабилизации. На процесс с высокой энтропией невозможно адекватно реагировать, а это значит, что необходимо не только отвечать на угрозы и негативные изменения, но и упреждать подобные изменения путем развития системы планирования.

На современном этапе все сферы социально-экономического развития России так или иначе определяются политическими решениями, принимаемыми не только на федеральном, но и на региональном и местном уровнях. Сфера политического планирования, таким образом, является сквозным элементом в обеспечении устойчивого развития России на долгосрочный период, хотя пока и не имеет четкого теоретико-методологического и организационного оформления. Приступая к рассмотрению методологических и теоретических аспектов политического планирования, мы неизбежно сталкиваемся с необходимостью применения системного подхода, с точки зрения которого политическое планирование представляет собой вертикальную систему целей, комплекс задач, всеобъемлющий охват и системные результаты [2].Не менее важен функциональный подход, позволяющий рассматривать политическое планирование как функцию публичной власти и управления. Планирование осуществляется на государственном уровне (ветвями государственной власти) и на муниципальном (органами местного самоуправления) и носит долгосрочный, среднесрочный или текущий характер, декомпозируя, соответственно, стратегические, тактические и оперативные цели. Исторический опыт подтверждает, что система политического планирования должна иметь стержневую структуру и централизованно управляться. Это, однако, не означает, что централизованное политическое планирование должно монополизировать все уровни государственного управления. Несмотря на инстинктивное желание «закольцевать» контроль над имплементацией разноуровневых документов политического планирования, все упирается в ответственность, выгоду, дефицит ресурсной базы.

По мнению В. Н. Расторгуева, «различные политические системы и режимы по разному „осваивают“ и „усваивают“ возможности политического планирования, делая его открытым или закрытым для рефлексии и внешней аналитики, так как многое зависит не от политической воли руководства, баланса сил или выбранной стратегии, а от особенностей правовой системы и сложившихся национальных политических институтов» [4, с. 4]. Представляется, что полномочия, задачи и ответственность, подобно сторонам равностороннего треугольника, должны не просто быть пропорциональны друг другу, но совпадать по величине. В реальности добиться такого трудно. Как правило (в том числе, если мы говорим о сфере государственного и муниципального управления), приходится сталкиваться как минимум с дефицитом времени, дефицитом финансовых средств, дефицитом информации, дефицитом квалифицированных кадров. Зачастую лица, принимающие политические решения, имеют задачи, необходимость их решения и острый недостаток ресурсов.

Особую значимость в связи с этим приобретает функция политического планирования на региональном и местном уровнях. Ключевым становится вопрос не директивных указаний из центра, а интереса или выгод. Любой руководитель административного звена должен получить возможность участия в осуществлении политики, а значит, быть причастным к ее

планированию. Для организации адекватной системы политического планирования важными становятся делегирование данных полномочий и координация.

Политическое планирование в широком смысле призвано определять содержание политики, выделенное в виде таких политических функций органов власти, как: разработка и определение государственной политики, ее нормативно-правовое регулирование и координация. Содержанием же политики являются определение целей и направлений их достижения, определение функций и распределение их в виде задач, т. е. расстановка приоритетов и разработка правил — законов и подзаконных нормативных актов политического значения. В современной политической науке нет единого подхода, который бы однозначно формулировал направления

координационной деятельности субъектов политического планирования. По нашему мнению, субъекты политического планирования для эффективного ее администрирования должны осуществлять следующие функции:

• проводить совместный анализ состояния политического процесса, его структуры и динамики, прогнозировать тенденции развития, изучать практики выявления и предупреждения конфликтных ситуаций;

• управлять выполнением федеральных, региональных и ведомственных целевых программ;

• разрабатывать, совместно с другими государственными органами, а также научными учреждениями предложения по совершенствованию системы политического планирования;

• готовить и направлять информационно-справочные и отчетные материалы по вопросам политического планирования Президенту Российской Федерации, Федеральному Собранию Российской Федерации и Правительству Российской Федерации, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, а также органам местного самоуправления;

• обобщать практику применения нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы планирования политики и осуществлять подготовку предложений об улучшении организации политического планирования;

• разрабатывать предложения о совершенствовании правового регулирования сферы политического планирования;

• изучать координационную деятельность различных уровней государственного управления, распространять положительный опыт. Фактически руководители органов государственной власти и местного самоуправления — это и есть субъекты, которые должны координировать работу своих комитетов, управлений (структурных подразделений), а также координироваться с другими государственными (муниципальными) органами. Координация деятельности

субъектов политического планирования может осуществляться в следующих формах:

проведение координационных совещаний; обмен информацией по вопросам планирования; совместные выезды в регионы, муниципальные образования для проведения согласованных действий, проверок и оказания помощи, а также изучения и распространения положительного опыта; создание рабочих групп и экспертных советов; проведение совместных целевых мероприятий; взаимное использование возможностей для профессионального развития и повышения квалификации работников; проведение совместных семинаров, конференций; выпуск совместных бюллетеней (сборников) и других информационных изданий; разработка и утверждение согласованных планов координационной деятельности; издание совместных приказов, указаний; подготовка информационных писем, организационно-распорядительных и иных нормативных документов. Выбор названных и иных форм координационной деятельности по вопросам политического планирования должен определяться ее участниками, исходя из конкретной обстановки. Чтобы осуществить стратегическое (тактическое, оперативное) управление, направленное на достижение конкретных целей, недостаточно сформулировать задачи, разработать план действий и обеспечить нормативную базу. Необходимо организовать

постоянный контроль выполнения планов, а при необходимости (с учетом постоянно меняющейся внешнеполитической и экономической конъюнктуры) — корректировку. При разработке документов политического планирования должны

учитываться различия между стратегическим, тактическим и оперативным управлением. По мнению А. А. Кокошина, «в отличие от стратегического планирования оперативное планирование уже касается конкретных операций, действий, их последовательности, составления конкретных графиков, четкого определения ресурсов, необходимых для выполнения тех или иных пунктов плана … в целом оперативное планирование можно считать стадией детализации, операционализацией стратегии, перевода ее в конкретные показатели деятельности различных структур и организаций» [3, с. 25].Необходимой составляющей механизма политического планирования является анализ результативности деятельности. Результативность характеризует соотношение поставленных целей и достигнутых результатов. Оценка результативности предполагает наличие измеримых показателей (индикаторов), позволяющих адекватно оценить степень достижения поставленных целей и действия исполнителей, предпринимаемые для достижения этих целей, а также наличие методик, технологий и техник расчета этих показателей по спектру важнейших направлений деятельности.

Цели политического управления необходимо разбить на функциональные группы, далее сгруппировать по уровням государственного (муниципального) управления и отраслям (структурным подразделениям, проектам и т. д.). Все функциональные цели должны удовлетворять следующим условиям:

1. Достаточность и необходимость: каждому направлению деятельности должна соответствовать конкретная цель.2 Согласованность по целям: необходимо установить четкую очередность достижения целей (например, чтобы исключить ситуацию, когда мероприятия муниципальной реформы в субъекте федерации достигают пика реализации в преддверии выборов в органы местного самоуправления, что приводит к «наслаиванию» экстремумов двух резонансных политических событий).

3. Наличие временных рамок: необходимо установить сроки достижения цели (например, уменьшение уровня социальной напряженности на 15% к концу текущего года).

4. Согласованность по иерархии управления: целевые показатели (индикаторы)

низовых уровней не должны противоречить целевым показателям (индикаторам) вышестоящих уровней иерархии государственного (муниципального) управления.5. Количественная и качественная измеримость: следует определить количественное выражение функциональных целей (например, достижение приемлемого процента явки для обеспечения легитимности выборов, обеспечение необходимого уровня имиджа региона для выгодного позиционирования на внутриполитическом и внешнеполитическом пространстве и т. д.).

Совокупность целей и соответствующих показателей (индикаторов) их достижения должна быть вертикально интегрированной, то есть необходимо добиться сопряжения целей нижних уровней с целями вышестоящих уровней. Необходимо отметить, что существующий опыт регионального политического планирования свидетельствует об отсутствии общего рецепта построения системы целей и показателей их достижения. В каждом конкретном случае такая разработка предполагает обширные исследования по важнейшим направлениям деятельности, а также создание постоянно действующей системы сбора и обработки информации, необходимой для формирования набора целевых значений показателей результативности, и системы мониторинга их достижения.

Вместе с тем реализация такого пути политического планирования и управления по целям и контрольным показателям (индикаторам) позволяет контролировать политический процесс при рациональном использовании имеющихся ресурсов и решить наиболее сложную управленческую проблему — сделать политическое планирование ежедневной работой каждого исполнителя. Совершенствование методов государственного и муниципального управления, по нашему мнению, позволяет использовать накопленный потенциал политического планирования с учетом особенностей конкретного уровня политического

управления и применять при разработке, корректировке, оценке и реализации стратегических планов развития. В любом случае такой

подход предполагает следующие основные этапы политического планирования:

Методологический этап. Определение стратегии (тактики) политического управления (видение и выбор ключевых факторов успеха, стратегические (тактические) цели). Создание на этой основе формализованной политики в каждой управляемой сфере деятельности с измеримыми и достижимыми целями, сформулированной и утвержденной в едином документе. Разработка политики предполагает учет требований вышестоящих систем, существующего опыта в данной сфере, а также указание ограничений ее применимости (сроки и причины пересмотра).

Технологический этап. Разработка показателей достижения целей политики в интересах эффективного политического управления на различных уровнях. Декомпозиция целей/показателей и согласование частных целей с исполнителями. Проекция целей на «карту» органов управления — графическое представление иерархии целей

и показателей их достижения. Проведение исследований и разработка методик расчета показателей (индикаторов) достижения целей. Определение состава необходимой информации для расчета показателей и требований к ее получению. Внедренческий этап. Разработка мероприятий по достижению поставленных целей. Создание системы мониторинга и контроля показателей достижения целей. Осуществляется стыковка показателей с действующими системами управления и учета. Очевидно, политическое планирование является процессом, включающим в себя ряд этапов и шагов. Планирование должно коррелировать с реально существующими механизмами принятия политических решений. Важно не только планирование, но и обратная реакция на планы со стороны лиц, принимающих политические решения. К. Шмитт справедливо указывает, что «если партийно-политические противоположности внутри государства без остатка исчерпывают собой противоположности политические, то тем самым достигается высший предел „внутриполитического ряда“, то есть внутригосударственное, а не внегосударственное разделение на группы „друг–враг“ имеет решающее значение для вооруженного противостояния» [5]. Такое замечание приводит нас к выводу о том, что политическое планирование в целевом аспекте направлено на обеспечение политической стабильности и может стать точкой сопряжения и согласования всех интересов и конфликтов.

Такого же мнения придерживается и Э.В. Бёкенфёрде: «Для поддержания и деятельной актуализации политического единства, каковым является государство, представляется необходимой высшая дееспособная точка сопряжения, которая

готова и способна встать над борьбой и противоборством интересов и способствовать компромиссу и интеграции. Она необходима, чтобы не допустить эскалации противостояния интересов и иных конфликтных потенциалов до группирования „друг–враг“ и тем самым до подрыва самого политического единства» [1].

Закономерно, что высокая энтропия является естественным свойством политической реальности. Это значит, что в любом случае будет иметь место неожиданное развитие событий, а раз так, планирование должно обеспечить общие средства, а также организационную гибкость, делающие возможной быструю адаптацию к непредвиденным обстоятельствам. Таким образом, гибкость является частью хорошего планирования и позволяет «справиться» с неожиданностью как неотъемлемым свойством реальности.

Подведем итог: мы согласны с мнением участников экспертной дискуссии о том, что «масштабные, долгосрочные проекты невозможны без наличия плана» как совокупности представлений о конфигурации политической системы, которая формируется, итеративно уточняется и увязывается многими участниками политического процесса, формальными и неформальными институтами как неким коллективным арбитром.

Источник: https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-razvitiya-sistemy-politicheskogo-planirovaniya-v-sovremennoy-rossii?ysclid=lhacys19fa871454337

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Приоритеты научно-технической деятельности в развитых странах мира.
2. Проблема эффективности государственного сектора экономики. Способы решения проблем низкой эффективности государственного сектора.
3. Проблемы и возможности процесса стратегического планирования.
4. Прогнозирование, планирование и программирование социально-экономического развития.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Стратегическое планирования на государственном уровне

Тема 1.2. Отраслевые стратегические документы

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Особенности принятия отраслевых документов стратегического планирования.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Обзор отраслевых документов стратегического планирования в России	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Отраслевые стратегические документы

Текст лекции.

Документы стратегического планирования, разрабатываемые в рамках целеполагания по отраслевому и территориальному принципу на федеральном уровне

Статья. Отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации

1. Отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации разрабатываются на период, не превышающий периода, на который разрабатывается прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочный период, по решению Президента Российской Федерации или Правительства Российской Федерации в соответствии с их компетенцией федеральными органами исполнительной власти в целях обеспечения реализации стратегии социально-экономического развития Российской Федерации, стратегии национальной безопасности Российской Федерации, стратегии пространственного развития Российской Федерации с учетом прогноза научно-технологического развития Российской Федерации, стратегического прогноза Российской Федерации, прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочный период.

2. Отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации являются документами, определяющими развитие определенной сферы или отрасли экономики, а также могут быть основой для разработки государственных программ Российской Федерации, государственных программ субъектов Российской Федерации, схем территориального планирования Российской Федерации, а также плановых и программно-целевых документов государственных корпораций, государственных компаний и акционерных обществ с государственным участием.

3. Корректировка отраслевых документов стратегического планирования Российской Федерации осуществляется по решению Президента Российской Федерации или Правительства Российской Федерации.

4. К отраслевым документам стратегического планирования Российской Федерации относятся:

1) отраслевые стратегии, в том числе схемы и стратегии развития отраслей экономики и сфер государственного управления;

2) стратегии отдельных сфер социально-экономического развития;

3) иные документы стратегического планирования, которые соответствуют требованиям настоящей статьи и решение о разработке которых принято Президентом Российской Федерации или Правительством Российской Федерации.

5. Для совокупности отраслей социально-экономического развития или сфер государственного управления разрабатываются межотраслевые стратегии.

6. В топливно-энергетических и транспортных отраслях разрабатываются генеральные схемы, детализирующие отраслевые и межотраслевые стратегии.

7. Отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации содержат:

1) оценку состояния соответствующей сферы социально-экономического развития Российской Федерации;

2) показатели развития соответствующей сферы социально-экономического развития по одному или нескольким вариантам прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочный период;

3) приоритеты, цели, задачи и показатели государственного и муниципального управления и обеспечения национальной безопасности Российской Федерации, способы их эффективного

достижения и решения в соответствующей отрасли экономики и сфере государственного и муниципального управления Российской Федерации, субъекта Российской Федерации, муниципального образования.

8. По решению Президента Российской Федерации или Правительства Российской Федерации в соответствии с их компетенцией отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации могут содержать:

1) сроки и этапы проведения мероприятий, предусмотренных отраслевыми документами стратегического планирования Российской Федерации;

2) ожидаемые результаты проведения мероприятий, предусмотренных отраслевыми документами стратегического планирования Российской Федерации;

3) план мероприятий на среднесрочный период, в том числе обоснование состава и содержания государственных программ Российской Федерации в соответствующей сфере или отрасли экономики;

4) иные положения.

9. Федеральный орган исполнительной власти, определенный Президентом Российской Федерации или Правительством Российской Федерации ответственным за разработку и корректировку отраслевого документа стратегического планирования Российской Федерации, обеспечивает координацию и методическое обеспечение разработки и корректировки соответствующего отраслевого документа стратегического планирования Российской Федерации.

10. Отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации утверждаются Президентом Российской Федерации или Правительством Российской Федерации в соответствии с их компетенцией в течение года с даты утверждения стратегии национальной безопасности Российской Федерации или стратегии социально-экономического развития Российской Федерации.

11. Порядок разработки и корректировки отраслевых документов стратегического планирования Российской Федерации определяется Президентом Российской Федерации или Правительством Российской Федерации в соответствии с их компетенцией.

Статья. Стратегия пространственного развития Российской Федерации

1. Стратегия пространственного развития Российской Федерации разрабатывается в соответствии с основами государственной политики регионального развития Российской Федерации в целях реализации основных положений стратегии социально-экономического развития Российской Федерации и стратегии национальной безопасности Российской Федерации, определяет приоритеты, цели и задачи регионального развития Российской Федерации и меры по их достижению и решению.

2. Стратегия пространственного развития Российской Федерации разрабатывается федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере социально-экономического развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

3. Стратегия пространственного развития Российской Федерации разрабатывается на основании решения Правительства Российской Федерации и учитывается при разработке и корректировке схем территориального планирования Российской Федерации, стратегий социально-экономического развития макрорегионов, государственных программ Российской Федерации, стратегий социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, иных документов стратегического планирования и документов территориального планирования, предусмотренных Градостроительным кодексом Российской Федерации, в целях реализации полномочий органов государственной власти Российской Федерации по предметам ведения Российской Федерации и по предметам совместного ведения Российской Федерации и субъектов Российской Федерации.

4. Стратегия пространственного развития Российской Федерации утверждается Правительством Российской Федерации.

5. Содержание, состав, порядок разработки и утверждения стратегии пространственного развития Российской Федерации и подготавливаемых в ее составе предложений о совершенствовании системы расселения на территории Российской Федерации и приоритетных направлениях размещения производительных сил на территории Российской Федерации определяются Правительством Российской Федерации.

6. По поручению Президента Российской Федерации Правительство Российской Федерации разрабатывает основы государственной политики регионального развития Российской Федерации, являющиеся основой для определения приоритетов регионального развития Российской Федерации. Основы государственной политики регионального развития Российской Федерации утверждаются Президентом Российской Федерации.

Статья . Стратегии социально-экономического развития макрорегионов

1. Стратегии социально-экономического развития макрорегионов разрабатываются на долгосрочный период по решению Правительства Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере социально-экономического развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, совместно с другими участниками стратегического планирования.

2. Стратегии социально-экономического развития макрорегионов разрабатываются и корректируются в целях обеспечения согласованности проведения в территориальном и временном отношении мероприятий, предусмотренных стратегией пространственного развития Российской Федерации, отраслевыми документами стратегического планирования Российской Федерации, стратегиями социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, генеральными схемами, плановыми и программно-целевыми документами государственных корпораций, государственных компаний и акционерных обществ с государственным участием, в соответствии с положениями, определенными стратегией национальной безопасности Российской Федерации, стратегией социально-экономического развития Российской Федерации, а также на основе данных прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочный период.

3. Стратегии социально-экономического развития макрорегионов могут быть основанием для принятия решения о разработке государственных программ Российской Федерации, сформированных по территориальному принципу для соответствующих макрорегионов, в целях реализации указанных стратегий.

4. Стратегии социально-экономического развития макрорегионов учитываются при разработке и корректировке государственных программ Российской Федерации, стратегий социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, схем территориального планирования субъектов Российской Федерации и иных документов стратегического планирования.

5. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере социально-экономического развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, обеспечивает координацию и методическое обеспечение разработки и корректировки стратегий социально-экономического развития макрорегионов.

6. Правительство Российской Федерации обеспечивает согласованность и сбалансированность стратегий социально-экономического развития макрорегионов и стратегий социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, находящихся в пределах соответствующего макрорегиона, в целях осуществления полномочий органов государственной власти Российской Федерации по предметам ведения Российской Федерации и по предметам совместного ведения Российской Федерации и субъектов Российской Федерации.

7. Стратегии социально-экономического развития макрорегионов утверждаются Правительством Российской Федерации.

8. Содержание, состав, порядок разработки и корректировки стратегий социально-экономического развития макрорегионов определяются Правительством Российской Федерации.

Источник: https://studfile.net/preview/6326688/page:4/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Программы, проекты и распределение ресурсов организации.
2. Процесс выбора стратегии.
3. Процесс планирования в корпорации.
4. Разработка и доводка стратегии.
5. Регулирование деятельности естественных монополий. Недопущение появления новых монополистов.
6. Роль стратегического планирования в развитии туристского бизнеса;
7. Система планов.
8. Ситуационное планирование и иллюстративный план.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Ключевые аспекты аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 2.1. Система стратегического планирования развития туризма в Российской Федерации

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Стратегия. Типы базовых стратегий.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Стратегическое планирование: типы и этапы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Формирование целей и задач стратегического развития туризма и механизм их реализации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4.	Проблемы формирования системы стратегического планирования и управления туризмом	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5.	Роль и деятельность государственных и региональных органов управления в области стратегического планирования и развития туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
6.	Программы развития туризма в регионах России: общее, особенное и причины не выполнения	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
7.	Понятие «региональный туристский мониторинг»: цели. задачи, принципы, показатели.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Система стратегического планирования развития туризма в Российской Федерации

Текст лекции.

Введение

Стратегия представляет собой обобщающую модель действий, необходимых для достижения поставленных целей путем координации и распределения ресурсов.

Стержнем любого плана развития туризма в регионе является его базовая стратегия.

Наиболее распространенными типами базовых стратегий являются:

· стратегия роста;

· стратегия стабилизации или ограниченного роста;

· стратегия выживания.

Стратегия роста применяется в случае динамично развивающейся отрасли. Разработка такой стратегии осуществляется путем систематического значительного повышения краткосрочных и долгосрочных показателей целей.

Стратегия стабилизации традиционно используется в зрелых отраслях. При этом характерным является установление целей от достигнутого, скорректированных с учетом изменений окружающей среды. Это наименее рискованный способ действия.

Стратегия выживания - оборонительная стратегия. При этом уровень целей устанавливается ниже достигнутого.

Выбор того или иного стратегического подхода в качестве базового зависит от результатов, полученных на стадиях стратегического анализа и целеполагания.

Стратегическое планирование предполагает установление целей и увязку этих целей с ресурсами, которые будут использованы для их достижения. Поскольку эти цели и характер использования ресурсов влияют на перспективное развитие организации, стратегическое планирование ориентировано в будущее.

Субъектом стратегического планирования развития туризма являются государственные, региональные и муниципальные органы управления туризмом, а также руководящие структуры предприятий туризма. Объектом стратегического планирования выступают вся инфраструктура туризма, а также социально-экономические процессы, протекающие в системе туризма.

Стратегическое планирование в туризме базируется, с одной стороны, на целях и задачах, поставленных в ходе разработки стратегии, а с другой стороны - на прогнозах по различным направлениям туристской деятельности, а также различным областям общественного развития (экономика, наука, техника и технология, демография, экология и т.д.).

Стратегическое планирование развития туризма в регионе - это процесс моделирования эффективной деятельности предприятий туризма и гостиничного хозяйства на определенный период функционирования с установлением целей развития туризма в регионе и их изменений в условиях неопределенности рыночной среды, а также определение способа реализации этих целей и задач в соответствий с ресурсными возможностями региона.

Стратегическому планированию присущи степень неопределенности, временная ориентация процесса планирования и определенный горизонт планирования.

В зависимости от временной ориентации планирования, Р. Акофф выделяет четыре типа планирования: реактивное (учитывающее только прошлый опыт), инактивное («осторожное» планирование, приспосабливающееся только к настоящему), преактивное (ориентированное только на будущие изменения, при этом слабо используется прошлый опыт) и интерактивное(ориентированное на взаимодействие всех лучших идей по данным видам планирования в настоящем, прошлом и будущем).

С точки зрения горизонта планирования или периода времени стратегическое планирование может быть краткосрочным, среднесрочным и долгосрочным.

Долгосрочное стратегическое планирование охватывает период 10-15 лет. Выбор такой длительности обусловливается рядом причин и, прежде всего тем, что за этот период происходят, как правило, кардинальные изменения в науке и технике, смена основных фондов, изменения вкусов и предпочтений потребителей в сторону новых видов продуктов и услуг и т.п.

Среднесрочное планирование осуществляется на ближайшие 3-5 лет. В нем установки, сделанные в процессе долгосрочного стратегического планирования, как бы получают свое экономическое обоснование и уточнение с учетом тенденций развития хозяйственной ситуации.

На основе стратегических среднесрочных планов может производиться краткосрочное планирование. Его конкретным выражением могут быть планы развития отрасли с периодом от 1 до 3 лет. Их особенность состоит в том, что показатели ближайшего года могут корректироваться ежеквартально, а показатели второго и третьего - каждые полгода или ежегодно.

В качестве целей разработки стратегии обычно называют следующие:

· удовлетворение потребностей туристов;

· создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса,

· создание благоприятных условий для кооперации туристских, банковских структур, транспортных компаний, гостиничных компаний и т.д.;

· обеспечение развития отдельных видов туризма (социального, яхтенного, лечебно-оздоровительного и т.д.);

· повышение привлекательности региона;

· другие.

Основное содержание стратегического плана составляют формулировки:

· главной цели развития туризма в регионе;

· основных стратегических направлений достижения главной цели;

· целей в рамках стратегических направлений;

· конкретных мер по реализации выбранных стратегий с фиксацией индикаторов выполнения намеченных мер, оценок затрат и эффекта и участников реализации мер.

В процессе разработки стратегического плана выполняются следующие содержательные этапы:

· анализ (диагностика состояния региона (дестинации), изучение внешних и внутренних факторов, определяющих развитие, SWOT-анализ);

· целеполагание (определение и утверждение главной цели, основных стратегических направлений, целей);

· планирование (формирование частных стратегий достижения целей по каждому направлению и отбор мер, распределение ответственности за реализацию плана).

Организация процесса формирования и реализации стратегии развития туризма в регионе представлена на рис.1.

На всех этапах планирования необходим сбор селективной информации, формирование банков данных, что позволяет выделить общий массив данных и таким образом формировать альтернативы развития туризма в регионе.

Итогом стратегического планирования и главным инструментом стратегического управления являются документы стратегического характера: концепции, планы, программы.

Концепция – генеральный замысел (система взглядов), определяющий стратегию действий при осуществлении реформ, проектов, планов, программ.

План – модель намечаемого будущего состояния экономической системы в целом, хозяйства страны, регионов, отраслей, предприятий, компаний.

Программа – совокупность взаимоувязанных мер, план действий, направленных на достижение единой цели, решение одной проблемы.

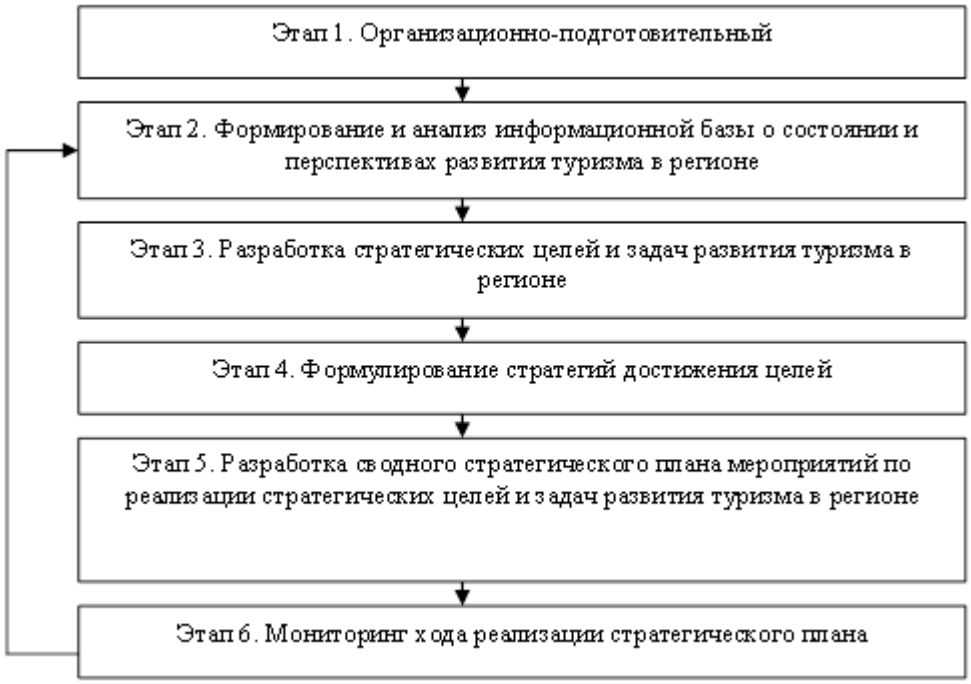


Рис.1. Блок-схема основных этапов стратегического планирования развития туризма в регионе

Осуществление эффективного стратегического планирования предполагает создание системы стратегического планирования, включающей совокупность основных элементов, таких как: процесс планирования, система планов, процесс управления планированием, а также обеспечивающих элементов: подсистемы принятия стратегических решений, организационного и информационного обеспечения, интегрированных в упорядоченной структуре.

Важнейшими нормативно-правовыми документами, определяющими основы планирования развития туризма, являются принятый 20.07.1995 №115-ФЗ Федеральный закон «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации» и Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» от 24.11.1996 №132-ФЗ (с изменениями), в соответствии с которыми формируется система планирования и прогнозирования на всех этапах управления.

Анализ нормативно-правовых документов регионов РФ, регламентирующих работы по плановому регулированию их социально-экономического развития и развития туризма, показал, что они в весьма слабой степени регламентируют решение вопросов стратегического социально-экономического планирования на уровне регионов, в законах субъектов РФ не нашли полного отражения вопросы, связанные с формированием концепций стратегического развития регионов.

Рассмотрим основной круг проблем обеспечения стратегического планирования развития туризма.

1. Проблема научно-методического связана прежде всего с отсутствием методических рекомендаций по разработке и реализации концепций развития туризма в регионах, которые отвечают на вопросы: что?, в каком порядке?, каким образом? и кто? должен делать, чтобы в результате получить документ, характеризующий территориальное стратегическое развитие туризма; по комплексной оценке качества концепций развития туризма в регионах, с помощью которых можно было бы как производить самооценку подготовленных материалов (и вносить на их основе соответствующие коррективы), так и обоснованно «защищать» их в ходе разного рода согласований.

2. Огромный круг проблем научного, организационного, информационно-технического и финансового характера в сфере информационного обеспечения процесса стратегического

регионального планирования развития туризма имеется, без решения которых трудно рассчитывать на существенное улучшение ситуации

3. Недостаточный профессионализм кадров регионального управления туризмом обуславливает проблему неготовности значительной части управленцев решать новые и весьма сложные задачи, связанные с проведением соответствующих прогнозно-аналитических работ в сфере стратегического планирования развития туризма в регионах.

4. Проблема создания целостных научных основ стратегического планирования развития туризма как системы теоретических, методологических и методических положений, раскрывающих сущность, принципы, цели, задачи и организацию стратегического регионального планирования туризма, порядок формирования стратегий и механизм их реализации.

5. Исследованию проблем анализа и оценки величины регионального туристского потенциала и эффективности его использования препятствует слабая разработанность соответствующего теоретико-методологического аппарата.

6. Проблема соответствия системы управления стратегическим развитием туризма кругу решаемых проблем

7. Проблемы бизнес-планирования - практически нет рекомендаций региональным органам управления туризмом по организации разработки бизнес-плана регионального проекта развития туризма.

До настоящего времени практически не удалось сформулировать основные целевые функции устойчивого развития сферы туризма в регионе как целостной большой территориальной социально-экономической системы. Анализ целевых блоков основных стратегических документов, определяющих перспективное развитие туризма в РФ и регионах, показал, что цели заданы на вербальном уровне, по существу, это не цели, а их качественные характеристики – целевые установки. Предлагаемый набор целей не является комплексным, измеримым, зачастую не адаптируется к возможным изменениям внешней среды, т.е. не удовлетворяет в полной мере требованиям, предъявляемым к системе стратегических целей развития социально-экономической системы.

Алгоритм выработки и принятия стратегических решений по развитию туризма как части социально-экономической системы региона представлен на рис. 4.

Левая часть схемы структурирует процессы управления туризмом в регионе, а правая – процессы управления регионом. Совместное их действие формирует процессы управления устойчивым развитием туризма в регионе.

Сформулированная определенная последовательность методологических требований к управлению туризмом является основой формирования структуры управления туризмом (РТА) как частью социально-экономической системы региона (рис.5).

Основные функции РТА: разработка методологических аспектов и организационно-методических основ управления сферой туризма в регионе с широким привлечением всех заинтересованных сторон (например, коммерческих, финансовых организаций, представительств МИД и МВД РФ, паломнических центров различных конфессий, научных учреждений, средств массовой информации, общественных туристских организаций, ассоциаций и т.д.); координация комплексного исследования проблем развития туризма в регионе, характер и актуальность которых определяется динамикой, стохастичностью и направленностью протекающих в сфере туризма процессов; принятие концептуальных решений по развитию туризма в регионе; разработка принципов и обоснование целей устойчивого развития туризма, стратегий, методов с использованием нормативно-правовой базы; исследование тенденций развития туризма в регионе, тенденций и закономерностей изменения факторов внешней и внутренней природы, мониторинг рынков туристских услуг в регионе, а также возможностей и потребностей туристов; анализ инфраструктурного обеспечения, в первую очередь свойства аттракторов; активизация связей, планирование и прогнозирование, выявление негативных тенденций; выявление проблем ресурсного обеспечения как на уровне региона в целом, так и на уровне отдельно взятого предприятия

туризма, которые анализируются и классифицируются. Эти проблемы могут быть различной природы (например, недостаточно развитая транспортная инфраструктура, дефицит мест размещения туристов, недостаток квалифицированной рабочей силы и др.). Анализ и классификация проблем позволяет концентрировать усилия на решение актуальных проблем, которые легче решать совместными усилиями заинтересованных лиц.

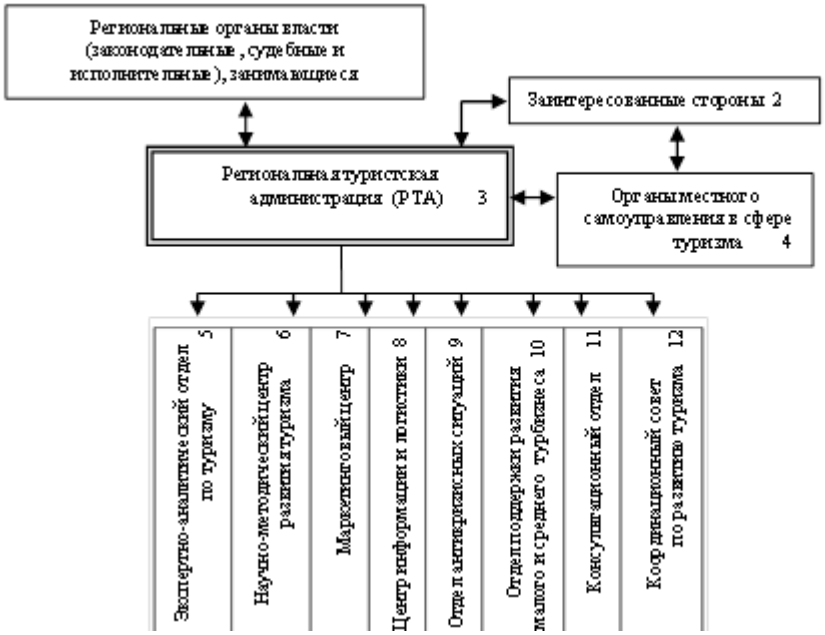


Рис.2. Примерная структура региональной туристской администрации (РТА).

Эти функции могут быть реализованы, главным образом, за счет привлечения инвестиций и вложения средств в инфраструктуру туризма, обеспечения сочетания государственных и рыночных интересов и механизмов. Кроме того, РТА сотрудничает с органами местного самоуправления, наделенными полномочиями в сфере туризма, которые, в свою очередь, разрабатывают проекты местных программ развития туризма и представляют их на утверждение соответствующим местным органам власти, определяют источники финансирования этих программ, привлекают на договорных началах предприятия, учреждения и организации, расположенные на территории дестинации к решению проблем развития местного туризма, рациональному использованию туристских ресурсов, содействуют развитию приоритетных видов туризма на территории дестинации.

Переход от решения отдельных проблем к их системному определению и разрешению требует создания в РТА определенных, взаимосвязанных друг с другом структур (рис.5). Основные результаты работы структурных подразделений РТА закладываются в методологию и концепцию управления туризмом, а также в формулирование стратегических и тактических целей управления системой туризма, разработку методологических и методических основ безопасности развития туризма в регионе. Это позволяет обосновать идеологию и сделать выводы о перспективности развития туризма в регионе, уточнить цели и внести коррективы в структуру потенциалов.

Эффективному планированию и управлению туризмом будет способствовать хорошо разработанная система туристского мониторинга.

Региональный туристский мониторинг - это постоянное наблюдение за состоянием туристской индустрии в регионе, качественная и количественная оценка происходящих процессов на основе определенной системы показателей, с целью эффективного управления ими и возможности прогнозирования их динамики.

Главная цель регионального туристского мониторинга состоит в обеспечении региональных органов управления полной, своевременной и достоверной информацией о процессах, протекающих в сфере туризма, о складывающейся социальной ситуации в связи с развитием туризма.

Субъектом мониторинга является региональный туристский рынок, а объектом - динамика конъюнктуры туристского рынка, происходящие качественные и структурные преобразования в сфере туризма, прямые и косвенные доходы от туризма.

Туристский мониторинг как структурный элемент стратегического планирования развития туризма в регионе должен выполнять следующие основные задачи:

· наблюдение за ходом процессов, протекающих в сфере туризма;

· характеристика и оценка наблюдаемых изменений;

· анализ причин, вызывающих тот или иной характер их протекания;

· прогноз развития социально-экономической ситуации;

· разработка рекомендаций, направленных на преодоление негативных и активное развитие позитивных тенденций.

К мониторингу развития туризма предъявляется ряд требований:

· Достоверность (объективность) мониторинга

· Оперативность

· Систематичность

· Комплексность

· Независимость и объективность

Для наиболее полного отражения сущности социально-экономических процессов, происходящих в сфере туризма, необходимо объединить как их количественные, так и качественные характеристики. С этой целью, исходя из особенностей объекта наблюдения, в организацию мониторинга закладываются следующие принципы:

· тождественности

· системности

· репрезентативности

· экономичности

· максимальной информативности результатов оценки развития туризма в регионе с позиции принятия адекватных решений на региональном и муниципальном уровнях государственного управления.

· сочетания общеэкономических индикаторов с показателями, отражающими результативность деятельности органов государственной власти по решению важнейших экономических и социальных проблем в сфере туризма.

Исходя из принципов организации мониторинга и требований, определяется система мониторинговых показателей (индикаторов) развития туризма в регионе. При их отборе внимание уделяется соответствию показателей таким требованиям, как:

Информация в лекции "12 Процесс функционирования" поможет Вам.

· комплексность показателя;

· функциональность показателя;

· значимость показателя для оценки социально-экономического развития республики;

· прозрачность и простота расчета;

· по возможности единая форма измерения.

Определение и оптимизация перечня мониторинговых показателей осуществляется на основе их экспертной оценки.

Источник: https://studizba.com/lectures/turizm/regionalnoe-planirovanie-i-razvitie-turizma-i-gostinichnogo-hozyaystva/18741-osobennosti-strategicheskogo-planirovaniya-razvitiya-turizma-i-ego-mesto-v-sisteme-regionalnogo-upravleniya.html

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Определение больших данных, ключевые характеристики.
2. Примеры задач больших данных.
3. Основные виды данных.
4. Дать краткую сравнительную характеристику инструментария ПО для анализа данных.

5. Охарактеризовать конструкции языка R Перечислить типы языка R, привести примеры.
6. Роль аналитика по данным (Data Scientist).
7. Ключевые компетенции аналитика.
8. Отличия BI от Data Science.
9. «Жизненный цикл» проекта по аналитике больших данных.
10. Типовая архитектура проекта в области больших данных.
11. Перечислить используемые технологии, указать степень вовлеченности каждой из технологий на каждом этапе работы над проектом.
12. Что такое Data Mining?
13. Основные задачи и методы Data Mining.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Ключевые аспекты аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 2.2. Базовые положения аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Методы прогнозирования.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Базовые положения аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Текст лекции.

Анализ места и роли стратегического плана развития туризма в системе территориального планирования показал, что они определяются значимостью туризма в общей структуре экономики региона, вкладом отрасли в его социально-экономическое развитие.

Будучи составляющей регионального социально-экономического потенциала, местные предприятия и организации туризма и гостиничного хозяйства оказывают существенное влияние на состав функций, которые регион планирует выполнять в перспективе, основные приоритеты и целевые ориентиры развития его социальной и экономической сферы, градостроительства и управления. В то же время в зависимости от стратегического выбора территории формулируется политика развития туризма. Прямая и обратная взаимосвязь между системой туризма и регионом в целом обуславливает необходимость отражения проблем, существующих в туризме, на всех этапах планирования его развития, что дает основание для постановки вопроса о целесообразности формирования самостоятельного документа стратегического характера — стратегического плана развития туризма в регионе, который должен входить на правах раздела в генеральный стратегический план комплексного социально-экономического развития территории.

Результативность усилий в сфере регионального стратегического планирования устойчивого развития туризма в значительной мере определяется тем важным обстоятельством, в какой степени они обеспечены нормативно-правовой, научно-методической, информационной и кадровой поддержкой. Рассмотрим этот вопрос подробнее.

Важнейшие нормативно-правовые документы, определяющие основы планирования развития туризма, — федеральные законы от 20 июля 1995 г. № 115-ФЗ «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации» и от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», в соответствии с которыми формируется система планирования и прогнозирования на всех этапах управления. Законом о государственном прогнозировании предусматривается разработка долгосрочных прогнозов, стратегической концепции социально-экономического развития на перспективный период, программы социально-экономического развития и ежегодных прогнозов развития экономики страны. В Законе содержатся четкие положения о необходимости проведения предплановых исследований, формировании концепций и программ развития территорий, налаживании систем социально-экономического мониторинга. На уровне субъектов Российской Федерации и отдельных муниципальных образований принимаются соответствующие нормативные акты, уточняющие и конкретизирующие его положения. Согласно Закону об основах туристской деятельности, целью государственной политики Российской Федерации в сфере туризма является создание здесь современной высокоэффективной и конкурентоспособной туристской индустрии, обеспечивающей, с одной стороны, широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан, а также лиц без гражданства в услугах, а с другой — значительный вклад в развитие экономики страны, в том числе за счет налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, увеличения количества рабочих мест, сохранения и рационального использования культурного и природного наследия.

Вместе с тем Закон о государственном прогнозировании не лишен ряда недостатков, среди которых отметим следующие:

- — не определена сущность стратегического регионального социально-экономического планирования, что приводит к непониманию его задач в первую очередь практическими работниками; в результате вместо стратегического планирования продолжается реализация методологических подходов долгосрочного планирования;
- — требует уточнений понятийный аппарат (например, неясность понятия «система целевых ориентиров» приводит к появлению концепций развития регионов, не имеющих комплексной системы целей, что, однако, не мешает осуществлять разработку целевых программ);
- — отмечается необходимость разработки прогнозов на уровне регионов, но нет указания на формирование соответствующих концепций.

Можно указать и на другие недостатки Закона, но основной вывод очевиден — он нуждается в уточнении и корректировке.

Анализ нормативно-правовых документов регионов РФ, регламентирующих работы по плановому регулированию их социально-экономического развития [106], показал, что они в весьма слабой степени регламентируют решение вопросов стратегического социально-экономического планирования на уровне этих территорий. Кроме того, в законах субъектов РФ не нашли полного отражения вопросы, связанные с формированием концепций стратегического развития регионов.

Значительная неопределенность сложилась в нормативно-правовой сфере стратегического планирования развития туризма в субъектах РФ (более подробно это будет рассмотрено в гл. 7).

Теперь же обратимся к состоянию научно-методического обеспечения изучаемого процесса. В настоящее время существует значительное число публикаций, в той или иной степени посвященных этой проблематике. Однако нас интересуют в первую очередь методические рекомендации по разработке и реализации концепций развития туризма в регионах, которые отвечают на вопросы: что, в каком порядке, каким образом и кто должен делать, чтобы в результате получить документ, характеризующий территориальное стратегическое развитие туризма. Такие рекомендации должны быть опубликованы, пройти практическую апробацию, рекомендованы к использованию, в идеале — утверждены в соответствующем порядке. Отмеченные требования призваны исключить из анализа монографии, статьи, брошюры, которые, хотя и содержат в названии слова «методические рекомендации», но, по существу, таковыми не являются.

К сожалению, сегодня нам неизвестны методические материалы по разработке и реализации концепций развития туризма в субъектах Федерации, отвечающие сформулированным выше требованиям.

Важной и практически неисследованной остается проблема научно-методического обеспечения экспертизы качества документов, характеризующих стратегическое развитие туризма в регионах. Опыт проведения этих экспертиз показывает, что они не имеют солидной научной основы. Между тем практике необходимы методические рекомендации по комплексной оценке качества концепций развития туризма в регионах, с помощью которых можно было бы производить самооценку подготовленных материалов (и вносить на их основе соответствующие коррективы), а также обоснованно «защищать» их в ходе разного рода согласований.

Необходимое условие организации эффективных работ в области регионального планирования развития туризма — информационное обеспечение процесса. Речь идет о том, что разработчики концепций стратегического развития туризма в регионах должны обладать полной и достоверной информацией, характеризующей, во-первых, стартовые условия и исходные предпосылки перспективного развития туризма в регионе, имеющие внутренний характер; во-вторых, потребности туристов и их возможности; в-третьих, потребности и экономическое состояние субъектов управления туризмом и хозяйствования, заинтересованных в перспективном развитии у них изучаемой отрасли.

Анализ ситуации в сфере информационного обеспечения стратегического регионального планирования развития туризма показывает, что при решении первой группы вопросов акцент традиционно делается на использование данных государственной статистики, возможности которой в принципе ограничены.

Что касается учета внешних факторов, определяющих перспективное развитие туризма в регионе, то здесь необходима аналитическая работа, связанная со сбором, анализом и обобщением разного рода материалов (анализ перспективной конъюнктуры на международном, национальном и региональном туристских рынках, изучение интересов возможных конкурентов и т.п.). Работа сложная, однако без учета внешних факторов развития туризма говорить о стратегическом планировании как таковом невозможно.

Итак, в сфере информационного обеспечения процесса стратегического регионального планирования развития туризма имеется огромный круг проблем научного, организационного, информационно-технического и финансового характера, без решения которых трудно рассчитывать на существенное улучшение ситуации.

Эффективная организация работ в этом направлении предполагает наличие соответствующего кадрового обеспечения. Однако именно недостаточный профессионализм кадров регионального управления туризмом обуславливает проблему неготовности значительной части управленцев решать новые и весьма сложные задачи, связанные с проведением соответствующих прогнозно-аналитических работ в указанной сфере. Очевидно, необходима разработка и реализация системы мер, направленных в первую очередь на усиление мотивации работников регионального управления туризмом к повышению своей квалификации.

Анализ ситуации, сложившейся в сфере научного обеспечения работ по стратегическому планированию развития туризма, показал, что центральное место здесь занимает проблема создания целостных научных основ исследуемого процесса как системы теоретических, методологических и методических положений, раскрывающих сущность, принципы, цели, задачи и организацию стратегического регионального планирования туризма, порядок формирования стратегий и механизм их реализации.

Формирование целостной, теоретически обоснованной концепции процесса неизбежно выдвигает проблему соотношения потребностей и возможностей туристов и ресурсных возможностей региона.

В современных политико-экономических условиях региональные органы власти и управления туризмом призваны обеспечить финансирование реализации принимаемых ими решений, в том числе носящих стратегический характер. Стоит отметить, что туризм развивается преимущественно за счет средств отдыхающих и поэтому нет необходимости выделять в полном объеме бюджетные средства на его функционирование. Следует эффективно использовать накопленный региональный туристский потенциал, без чего опять же нельзя решить проблемы повышения инвестиционной привлекательности территории и проведения на этой основе активной региональной структурно-инвестиционной политики. Между тем исследованию проблем анализа и оценки величины регионального туристского потенциала и эффективности его использования препятствует слабая разработанность соответствующего теоретико-методологического аппарата.

Важным и, к сожалению, фактически не используемым в практической деятельности направлением аналитических работ является выявление и оценка потребностей туристов, поскольку это необходимо при решении таких ключевых задач стратегического регионального планирования развития туризма, как целеполагание, обоснование стратегического выбора развития различных видов туризма в регионе, формирование механизма реализации концепции и т.д.

Не менее значимая составляющая аналитических работ — исследование системы управления туризмом в регионе. Развитие отрасли будет более успешным в том случае, если и на государственном уровне станет проводиться политика поддержки развития туризма различными методами и формами. Иными словами, региональные структуры управления

должны соответствовать (а не противоречить) задачам государственной политики в той же сфере. Анализ мирового опыта показал, что в качестве субъектов управления туризмом на национальном (государственном) уровне выступают государственные органы управления НТА, которые, как правило, имеют свои представительства в ВТО (в структуре ООН). Например, в Великобритании это British Tourist Authority, в Венгрии — корпорация «Венгрия — Туризм». При массе существующих различий в их деятельности, главные цели этих организаций совпадают. Они продвигают свои страны, свои национальные турпродукты на международном и внутреннем рынках. Кроме того, в дополнение к НТА в ряде стран существуют специальные координирующие органы (так, в США это Совет по национальной туристской политике), которые обычно представляют собой централизованные, межведомственные советы, созданные для представления департаментских или других агентств, чьи программы оказывают влияние на сферу туризма [80]. В настоящее время национальной туристской администрацией России является Федеральное агентство по физической культуре, спорту и туризму. Основные его задачи — государственное регулирование законодательства, лицензирование и сертификация отрасли. Несмотря на то что продвижение российского туризма и декларируется в качестве ведущей функции Агентства, постоянное реформирование государственного управления туризмом не могло не сказаться на результатах деятельности этой важной для государства сферы, о чем свидетельствуют аналитические данные [62, 103, 108]. Есть основания полагать, что реорганизация государственных структур в России, в чью компетенцию входит туризм, будет продолжена, хотя это не лучшим образом отражается на развитии отрасли в стране. Между тем зарубежный опыт свидетельствует об эффективности государственных структур в сфере туризма, несмотря на различия организационных форм.

В таблице 3.1 представлен сравнительный анализ систем государственного управления туризмом и методов продвижения национального турпродукта за рубежом, в таких странах, как Испания, Италия, США, Франция и Россия, который позволил выделить наиболее значимые условия для реализации функции продвижения туристских продуктов, а также их характеристики [89].

Показатели и характеристики систем государственного управления туризмом и продвижения турпродукта

Таблица

№ п/п	Показатель и характеристика	Испания	Италия	США	Франция	Россия
1	Организационная форма НТА	Государственный секретариат по торговле, туризму, малому и среднему бизнесу	Департамент туризма (ENIT)	Администрация по туризму и путешествиям	Национальный туристский дом Франции (НТДФ)	Федеральное агентство по физкультуре, спорту и туризму
2	Статус НТА	Входит в Министерство экономики и финансов Испании	Входит в структуру Министерства промышленности	Независимая структура, хотя и поддерживается правительством США	Независимая структура, хотя и с участием государства	Контролируется Министерством здравоохранения и социального развития РФ
3	Источники финансирования НТА	Из бюджета Министерства экономики и финансов	Министерство промышленности	Федеральные субсидии — • 46%, • 54% — партнер	Госбюджет — 50%, взносы частного сектора —	Госбюджет

				ские взносы частного сектора	50%	
4	Расходы на рекламу туристских возможностей, млн дол.	79,0	25,0	70,0	60,0	<1,0 данные 2003 г.
5	Наличие специализированной структуры по продвижению национального турпродукта	Испанский институт туризма Turespana	Национальное управление Италии по туризму (ENIT)	Национальная туристская организация	Отсутствует	Отсутствует

№ п/п	Показатель и характеристика	Испания	Италия	США	Франция	Россия
6	Наличие и количество загранпред-ставительств	29 загранпредставительств	20 загранпред-ставительств (ENIT)	Нет данных	33 загранпред-ставительства	Отсутствует финансирование загранпред-ставительств
7	Наличие структуры, осуществляющей координацию с представителями профессиональных туристских ассоциаций, общественных организаций, учебных заведений	Главное управление по туризму	Отсутствует	Нет данных	Отсутствует	Отсутствует
8	Наличие структуры (подразделения), осуществляющей связь с представителями бизнеса в сфере туриндустрии	Внутриотраслевая конференция по туризму	Отсутствует	Отдел в НТО	Подразделение НТДФ	Отсутствует
9	Наличие центра туристской информации или подразделения, занимающегося сбором и распространением информации	Центр Испанской туристской документации	Загран представительства	Нет данных	Загранпредста-вительства	Отсутствует
10	Наличие исследовательского	Институт туристских исследований	Отсутствует	Нет данных	Отсутствует	Отсутствует

	подразделения (отдельной структуры)					
11	Наличие органа по координации деятельности министерств и ведомств, которые по роду деятельности прямо или косвенно задействованы в продвижении национального турпродукта	Межминистерская комиссия по туризму	Отсутствует	Нет данных	Отсутствует	Отсутствует

Итак, к характеристикам систем государственного управления туризмом можно отнести следующее:

- 1) организационную форму НТА и ее статус (государственный туристский департамент, независимый или в структуре министерства; правительственное агентство или бюро в крупном департаменте; ква- зиобщественные туристские власти или корпорации);
- 2) источники финансирования НТА;
- 3) расходы на рекламу туристских возможностей;
- 4) наличие специализированной структуры по продвижению национального туристского продукта;
- 5) наличие загранпредставительств;
- 6) наличие структуры (подразделения), осуществляющей координацию с представителями профессиональных туристских ассоциаций, общественных организаций, учебных заведений;
- 7) наличие структуры (подразделения), осуществляющей связь с представителями бизнеса в сфере туристской индустрии;
- 8) наличие центра туристской информации или подразделения, занимающегося сбором и распределением информации;
- 9) наличие исследовательского подразделения (отдельной структурой);
- 10) наличие органа по координации деятельности министерств и ведомств, которые по роду своей деятельности должны быть прямо или косвенно задействованы в процессе продвижения национального продукта.

Успех или неудача в туристской политике зависит в большей степени именно от усилий НТА, степени воздействия на другие органы государственного управления, инициатив в области законодательства, налоговой, финансовой, экономической и социальной сфер. Как констатируется в Гаагской декларации по туризму, «...поскольку роль туризма будет возрастать... представляется необходимым расширять во всех странах права и обязанности национальных туристских администраций, приравнивая их к тому же уровню, которые имеют администрации, отвечающие за крупные экономические секторы» [32].

В то же время анализ опыта ведущих стран показывает, что только комплексный подход к планированию и управлению развитием отрасли, позволяющий координировать деятельность всех заинтересованных профессиональных, научных, бизнес-структур, а также государственных организаций, может дать результат в продвижении всех видов туризма.

К отмеченным проблемам тесно примыкает еще одна: несмотря на большое количество публикаций по общим вопросам бизнес-планирования на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства, практически нет рекомендаций региональным органам управления туризмом по организации разработки ими бизнес-плана.

Ни одна концепция развития туризма в регионе, за редким исключением, не может быть реализована без государственной поддержки, осуществляемой в той или иной форме. В связи с этим на практике необходимы научно обоснованные рекомендации по формам и инструментам такой поддержки. Ядром механизма региональной концепции развития туризма является программа его развития.

Рассмотренные выше направления научных исследований, связанные с решением проблемы в сфере создания механизма реализации концепции стратегического развития туризма в регионе, имеют преимущественно экономический характер. Однако следует помнить, что создание социально-психологической и нормативно-правовой составляющих механизма реализации концепции также требует научного обеспечения, а это в свою очередь обусловливает необходимость проведения соответствующих междисциплинарных исследований.

Источник:
https://bstudy.net/675261/turizm/strategicheskoe_planirovanie_razvitiya_turizma_mesto_sisteme_regionalnogo_upravleniya?ysclid=lhadro73ic921545511

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Этапы интеллектуального анализа данных.
2. Методы интеллектуального анализа данных.
3. Что такое ИИ?
4. Роль гипотез в процессе познания.
5. Какие факторы используются для уточнения гипотез?
6. Основные понятия статистики и дескриптивный анализ
7. Шкалы измерений.
8. Генеральная совокупность и выборка.

1. Учебная дисциплина. Стратегическое планирование в туризме

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Информационное обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 3.1. Статистическое обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности статистической информации в туризме	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Отечественный опыт статистических наблюдений в туризме на региональном и муниципальном уровнях	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика

Текст лекции.

Особенности статистической информации в туризме

Статистическая информация содержит совокупность сведений социально-экономического характера, которые поддаются наблюдению, передаче, преобразованию, хранению и использованию для управления экономическими процессами. Наличие статистической информации — необходимое условие эффективного управления туристской деятельностью на всех уровнях административного управления и в бизнесе. Информационные ресурсы дают представление о состоянии туризма в стране и за рубежом, конкурентоспособности туристского бизнеса и туристских дестинаций на национальном и международном рынках.

Характеристики статистической информации в туризме.

Важнейшей характеристикой статистической информации является ее качество. К качеству информации можно отнести соответствие содержания информации ее потребительским свойствам для разных групп аналитических пользователей. Потребительские свойства информации включают в себя: целостность, востребованность, достоверность и точность, своевременность, доступность, согласованность.

Целостность информации предполагает использование научно обоснованной методологии в процессе наблюдения и обработки информации, соблюдение этических норм при получении информации.

Востребованность информации означает оценку степени необходимости ее получения. Другими словами, в какой степени с учетом временного и стоимостного факторов полученная информация соответствует целям статистического изучения.

Достоверность и точность — признаки, характеризующие отклонения полученных данных в результате статистического наблюдения от их объективного значения (достоверность) и от средней величины (точность). Достоверность и точность измеряются показателями ошибок.

Своевременность определяет продолжительность периода времени, с момента осуществления события до момента обработки и публикации сведений о нем, в течение которого информация остается актуальной и востребованной для пользователей.

Доступность — характеристика возможности получения информационного массива, готовность информации к официальному расиространению, в том числе и информированность пользователей о возможности получения информации.

Согласованность означает наличие логической взаимосвязи между показателями и аналогичными результатами статистического наблюдения. Согласованные данные непротиворечивы, сопоставимы, дополняют друг друга.

Статистическая информация в туризме имеет особый межотраслевой и социально-экономический характер. С одной стороны, туризм включает в себя несколько видов экономической деятельности. В соответствии со стандартами ЮН ВТО к основным видам деятельности в сфере туризма относится деятельность средств размещения, пассажирского транспорта, туроператоров, турагентов и туристских гидов, организаций питания, предприятий культуры, организаций отдыха и развлечений и др. Государственные статистические информационные ресурсы содержат информацию о финансово-хозяйственной деятельности предприятий и организаций туристской индустрии. Данная информация формируется на базе данных, получаемых органами государственной статистики от юридических и физических лиц как в ходе их письменного или устного опроса, так и на основе административных данных органов государственной власти управления, формируемых на местах. Государственная статистическая информация имеет оперативный характер, допускает построение динамических рядов в течение продолжительного периода времени.

С другой стороны, на мировом туристском рынке, где расходы посетителей составляют значительные финансовые потоки, существует острая конкуренция между странами с целью получения максимальных туристских доходов. В конкурентной борьбе выигрывают те страны, где существует целенаправленная государственная и бизнес-политика по сохранению и преумножению туристских ресурсов, умелому вовлечению их в экономический оборот с целью привлечения значительных финансовых потоков в национальную экономику. Выработка и эффективное проведение такой политики требуют глубокой аналитической работы. В этой связи ЮНВТО, Евростат, статистические и консалтинговые организации ряда стран освещают методологические вопросы статистики туризма и занимаются глубокими статистическими исследованиями по изучению воздействия туризма на национальную экономику.

За прошедшие 20 лет Россия прочно интегрировалась в мировой финансовый и туристский рынок, заняв положение донора. Она устойчиво находится на пятом месте в мире по объему туристских расходов российских граждан за границей. В связи с необходимостью повышения эффективности интеграционных процессов статистическая информация в туризме должна не замыкаться только в рамках национальной экономики, а в большой мере позволять оценивать конкурентоспособность страны на мировом рынке как в настоящее время, так и в будущем. Например, глубокого изучения требуют приоритеты внутренних и въездных туристов на территории России и отдельных ее регионов, их оценки привлекательности страны по самым разнообразным признакам, в том числе по состоянию туристских ресурсов, культуры, экономики и пр.

Особенностью статистической информации в туризме является многообразие источников ее получения.

Отечественный опыт статистических наблюдений в туризме на региональном и муниципальном уровнях

Основная тенденция статистического наблюдения на региональном и муниципальном уровнях состоит в формировании специализированной ведомственной статистики.

Предпосылки создания ведомственной статистики туризма.

Общеизвестно, что официальная статистика туризма, организуемая Росстатом, имеет недостатки. Собираемая информация характеризуется неполнотой, существуют проблемы и с достоверностью сведений. Так, в Ярославской области по итогам 2007 г. в официальной статистике отражены данные только по 6 из 36 туристских компаний, занимающихся приемом туристов. Отмечаются значительные расхождения в статистической информации, полученной

из разных источников. Это относится, например, не только к количеству гостиничных номеров, но даже к числу гостиниц в крупнейшем туристском центре России Санкт-Петербурге. Аналогичные недостатки существуют в статистике туризма в нашем крупнейшем городе Москве. При этом на региональном уровне наиболее полная информация поступает только по показателям въездного туристского потока, а также об объеме платных услуг, оказываемых турфирмами и гостиницами. Внутренний туристский поток не является предметом специальной статистической отчетности Росстата. Совсем нет данных по туристским расходам, отсутствуют оценки роли туризма в экономике страны. Данные по выездному туристскому потоку в региональном разрезе являются неудовлетворительными по полноте и достоверности.

Во многом такое положение дел связано с тем, что организации малого и среднего бизнеса, которые в туристской индустрии составляют более 90% всех хозяйствующих субъектов, плохо представляют информацию. На практике, несмотря на то что существует административная ответственность за непредставление или представление недостоверной информации, эта проблема по-прежнему остается нерешенной. Снизить ее остроту позволяет региональная ведомственная статистика. В ее рамках сотрудники туристских администраций имеют возможность добирать недостающую информацию у многих организаций, закрывая пробелы в отчетах. Кроме того, первичная проверка информации туристскими администрациями позволяет на начальном этапе ликвидировать неточности и ошибки в данных.

В стандартных статистических формах отчетности есть только часть информации, необходимой для планирования и регулирования туристской деятельности. В рамках ведомственной статистики открывается возможность ввести необходимые дополнительные формы отчетности и показатели. Как правило, на муниципальном уровне при наличии небольшого числа организаций туристской индустрии легче решаются проблемы собираемости и достоверности данных.

Государственная статистика не полностью использует возможности специальных обследований в сфере туризма (организаций, туристов и посетителей, домохозяйств и др.). Между тем в западных странах регулярные обследования по методически обоснованной программе являются важнейшим источником сведений о туристской индустрии и туристском рынке. При наличии выраженных потребностей в информации со стороны органов исполнительной власти организовать обследования на региональном и муниципальном уровнях проще. Ниже приводятся примеры результатов регулярных обследований по единой методике, которые проводятся в Ярославской области с 2004 г. В рамках этих обследований собирается информация об особенностях спроса (характеристики туристов и посетителей) и туристских расходах, что позволяет проводить осмысленную маркетинговую и экономическую политику в сфере туризма.

В официальной статистике слабо задействована обратная связь с субъектами туристской индустрии. На местах в процессе регулярного общения туристских администраций с организациями сферы туризма эта обратная связь существует постоянно, что позволяет добиваться лучшего качества и достоверности данных.

Определенной вехой в развитии ведомственной статистики туризма в регионах стало принятие Ростуризмом (приказ № 69 от 18.07.2001) «Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации» (приложение 5). С этого момента появилась единая методическая основа для выявления социально-экономического значения туризма и проведения сравнительного его анализа по регионам России. Документ включает показатели объема туристского потока, социально-экономические показатели туристской деятельности (оборот сферы туризма, налоговые поступления в бюджет субъекта федерации от сферы туризма, количество занятых в сфере туризма), а также общие методические подходы и источники определения этих показателей.

Вместе с тем документ носит рамочный характер, так как оставляет решение ряда принципиальных вопросов на усмотрение региональных туристских администраций.

Например, им предоставляется возможность выбора метода для определения численности въехавших в регион туристов и/или комбинации методов из числа нижеследующих:

- ? федеральное государственное статистическое наблюдение по утвержденным Росстатом формам № 1-КСР, № 1 — турфирма и др.;
- ? региональные статистические обследования посредством использования форм статистической отчетности на единовременной или регулярной основе;
- ? непосредственное измерение туристского потока путем организации учета туристов на наиболее посещаемых туристских объектах данного региона (памятниках истории и культуры, в музеях, на природных объектах и др.). В случаях, когда в регионе велика роль культурно-познавательного туризма (Владимирская, Вологодская, Ивановская, Ярославская и другие области), используются дополнительные данные о посещаемости крупных музеев, преимущественно государственных. Если наблюдаются значительные потоки круизных туристов, то дополнительно привлекается информация речных и морских портов о количестве круизных пассажиров (Санкт-Петербург, Нижегородская и Ярославская области);
- ? административные источники (например, регистрация в органах внутренних дел и в Федеральной миграционной службе);
- ? измерение изменений показателей, характеризующих жизнедеятельность постоянного населения региона, в высокий туристский сезон (объема потребления хлеба, вывоза мусора и др.).

Источник: https://bstudy.net/696323/turizm/kontrolnye_voprosy_zadaniya

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. В чем состоит рамочный характер «Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации»? Какие вопросы он четко регулирует, а какие — оставляет на усмотрение регионов?

2. Проведите группировку регионов Российской Федерации по особенностям сбора статистической информации в туризме. Перечислите основные факторы, которые будут определять состав выделенных групп.

3. Назовите основные особенности статистических наблюдений в туризме на региональном и муниципальном уровнях. Охарактеризуйте перспективные тенденции их развития.

4. Почему определить социально-экономические эффекты туризма иногда легче для целого государства, чем для отдельного региона? Обоснуйте свой ответ.

5. Как Вы считаете, в каких регионах в субъектах Российской Федерации наблюдаются наибольшие экономические эффекты от туризма в абсолютных единицах? А в относительных единицах? Почему?

1. Учебная дисциплина. Стратегическое планирование в туризме

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Информационное обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 3.2. Геосистемный анализ в стратегическом планировании развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;

- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;

- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;

- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;

- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Геосистемный анализ: понятие, содержание, инструменты	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Геосистемный подход к формированию туристско-рекреационных систем	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.2. Геосистемный анализ в стратегическом планировании развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Текст лекции.

Туризм – явление уникальное, касающееся практически всех сторон многогранной жизни, поэтому в последние годы он стал привлекательным объектом исследования для многих наук, каждая из которых находит в нем свой предмет изучения. В свете данного геоэкологического исследования необходимо выявить место и роль туризма в территориальной организации общества на основе геосистемного подхода, который предполагает прежде всего определение места и роли туризма в жизни общества. В контексте геоситемного изучения туризм в большей степени связан с социально-экономической составляющей геосистем и предстает как сложный системный объект с многообразием внутренних связей и внешних отношений с другими системами. Это настолько сложное явление, что даже системный подход вряд ли позволит отразить его в полном виде. Вместе с тем как метод редуцирования системный анализ позволит приблизиться к пониманию особенностей развития территориальной организации туризма. На протяжении последних 30

лет шел процесс становления концепции территориальной организации туризма на основе системной парадигмы. В 70-е гг. утвердилась рекреационная география как ветвь социальной географии с конкретным предметом исследования – территориальной рекреационной системой. Это означало отход от «ресурсной парадигмы», что нашло отражение в работе [1]. Формирование территориальных рекреационных систем рассматривалось с точки зрения потребностей человека и естественно-исторических процессов в рамках социально-территориальных общностей разного уровня [2]. В процессе изучения свойств рекреационных систем в рамках рекреационной географии была обоснована концепция о территориальном рекреационно-хозяйственном комплексе. Огромное методологическое значение этой концепции, на наш взгляд, состояло в том, что она давала возможность изучения взаимосвязей между рекреационным хозяйством и объектами других отраслей на конкретной территории, в то же время рекреационно-хозяйственный комплекс рассматривался как основа, ядро рекреационного зонирования. Понятно, что процесс районообразования выходит за рамки территориальной рекреационной системы, но ключ к анализу территориальной организации рекреационной деятельности был найден. Итак, территориальная туристско-рекреационная система является неотъемлемой составной частью интегральной социально-экономической системы. Существовать и функционировать вне ее она не может по определению. В зависимости от характера природно-рекреационного потенциала и сложившейся туристско-рекреационной инфраструктуры, активности туристского бизнеса и других факторов территориальные туристско-рекреационные системы могут играть различную роль в территориальной организации общества на том или ином иерархическом уровне. С теоретической точки зрения территориальные туристско-рекреационные системы, включающие взаимосвязанные объекты рекреации и туризма, соответствующую инфраструктуру, технические системы, органы управления, обслуживающий персонал и т.п., являются одним из типов территориальных социально-экономических систем (рисунок). Туристско-рекреационная система как форма организации туристско-рекреационной деятельности на определенной территории, в рамках которой достигается максимальная взаимосвязь, пространственная и функциональная координация различных подсистем, участвующих в реализации рекреационной функции данной территории, обладает общесистемными свойствами, характерными для всех типов территориальных социально-экономических систем: открытостью, управляемостью, способностью к самоорганизации и развитию. Для всех социально-экономических систем одним из важнейших свойств также является наличие структуры как жесткой связи элементов системы, поддерживающих ее целостность [3]. Все территориальные социально-экономические системы – это образования дискретные, что отражает сущность экономического геопространства. В то же время все системы в разном их типологическом выражении определяют континуальные образования – районы (специализированные и интегральные) и регионы (при необходимости их выделения для изучения определенных проблем) и являются основой для туристско-рекреационного районирования, наполняя районы реальным содержанием и определяя характер их деятельности. Вместе с тем территориальные туристско-рекреационные системы обладают рядом характерных особенностей, которые необходимо учитывать при их анализе.

Во-первых, в туристско-рекреационных системах чрезвычайно велика роль природной составляющей. В целом, на наш взгляд, взаимодействие природных и социально-экономических систем в рамках интегральных геосистем осуществляется по каналам природопользования, а также выражается в формировании конкретной экологической ситуации. Природные геосистемы определяют природно-рекреационный потенциал

территории как один из важнейших факторов формирования территориальных туристско-рекреационных систем, а также условия их функционирования (климатические, орографические, экологические и др.). Во-вторых, территориальные туристско-рекреационные системы чрезвычайно динамичны, так как подвержены воздействию самых разнообразных условий и факторов. Это, с одной стороны, усиливает риски в туристско-рекреационной деятельности, а с другой – позволяет использовать динамические свойства для целенаправленной трансформации туристско-рекреационных систем с целью оптимизации интегральных социально-экономических территориальных систем. В-третьих, туристско-рекреационная система иерархична, как и все геосистемные образования. В упрощенном варианте можно выделить глобальный, национальный и региональный уровни. Развитие туризма на национальном уровне во многом определяется политикой государства, нормативно-правовой базой, создающей условия для развития туристского бизнеса. Повышение эффективности отечественной туриндустрии связывают с формированием региональных концепций развития туризма в рамках региональных целевых программ социально-экономического развития. Понятно, что разумно выстроенная стратегия и так-тика туристского развития могут способствовать решению многих социально-экономических проблем в регионе. При этом туристская деятельность не просто ведет к отчислениям в местный бюджет, а является методом привлечения платежеспособного клиента (туриста, экскурсанта) в регион или конкретный центр, где он с удовольствием оставляет свои деньги в обмен на товары и услуги. Срабатывает мультипликативный эффект, создаются новые рабочие места. Трудно найти более эффективное средство для оптимизации региональной экономики, чем туризм. Всемирная туристская организация (ВТО) при ООН придает огромное значение планированию развития туризма на национальном, региональном и даже местном уровнях. ВТО выпущено несколько специальных методических пособий для специалистов по планированию развития туризма на местном и региональном уровнях. Это позволяет развивать туризм и управлять им на контролируемой, комплексной и устойчивой основе. Безусловно, создание подобных рекомендаций существенно облегчает задачи разработчиков региональных программ. Вместе с тем, на наш взгляд, целесообразным было бы более широкое использование системного подхода при раз-работке стратегии развития туризма в странах и регионах. Это предполагает серьезные научные исследования, предшествующие разработке конкретных про-грамм развития туризма. Таким образом, всю разностороннюю по характеру деятельности сферу туризма можно представить в виде туристско-рекреационной территориальной системы. При этом важно помнить об одном из основных системных свойств – иерархичности, что означает: региональная туристско-рекреационная система входит в состав более высокой по рангу системы (зональной, национальной) и, в свою очередь, состоит из более дробных туристско-рекреационных территориальных систем (районных, локальных). Вертикальные связи по иерархии обеспечивают устойчивость региональных систем, всеохватность и целостность туристско-рекреационного развития, включающую расчет и анализ социальной и экономической эффективности [4]. Итак, только грамотно проанализировав ситуацию и состояние территориальных туристско-рекреационных систем разного уровня, можно говорить о перспективах развития туризма и разработке соответствующих программ. При этом с позиций системно- структурного подхода необходимо прежде всего ду-мать об эффективном развитии всей интегральной социально-экономической системы, составной частью которой является туристско-рекреационная система. Межсистемные связи весьма разнообразны. Их прежде всего определяет эффект мультипликации, когда потребности туристско-рекреационной сферы стимулируют развитие

смежных отраслей (торговля, производство сувениров и т.д.). Кроме того, увеличивая занятость населения, туризм способствует решению многих социальных проблем. В дополнение ко всему приток туристов в регион положительно влияет на развитие транспортной и социальной инфраструктуры, в ряде случаев способствует хранению и эффективному использованию историко-культурного наследия. Вместе с тем увеличение рекреационной на-грузки на природные геосистемы порой становится серьезной проблемой. Все это еще раз подтверждает мысль, что территориальные туристско-рекреационные системы – неотъемлемая часть целостных интегральных геосистем.

Источник: https://cyberleninka.ru/article/n/geosistemnyy-podhod-k-formirovaniyu-turistsko-rekreatsionnyh-sistem?ysclid=lhaebv53dx332917936

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Социальная политика в системе государственного планирования туризма
2. Социально-экономическая роль туризма;
3. Стратегии развития российского въездного туризма и условия их реализации
4. Стратегии развития российского въездного туризма

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты

практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. Стратегическое планирование в туризме

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Стратегическое планирования на государственном уровне

Тема 1.1. Теоретические основы планирования в политике

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Опыт стратегического планирования в СССР	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Опыт стратегического планирования в зарубежных странах	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Современные приоритеты стратегического планирования РФ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Системный и маркетинговый подход к стратегическому планированию.
2. Функциональный, воспроизводственный и нормативный подход к стратегическому планированию.

3. Комплексный, интеграционный, динамический и процессный подход к стратегическому планированию.
4. Количественный, административный, поведенческий и ситуационный подход к стратегическому планированию.
5. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании.

1. Учебная дисциплина. Стратегическое планирование в туризме

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Стратегическое планирования на государственном уровне

Тема 1.2. Отраслевые стратегические документы

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;

- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;

- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;

- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;

- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Особенности принятия отраслевых документов стратегического планирования.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Обзор отраслевых документов стратегического планирования в России	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Система законодательных актов
2. Перечислите ключевые нормативные документы регламентирующие деятельность индустрии туризма
3. Опишите проблемные места в законодательстве индустрии туризма
4. Как вы считаете какие изменения следует произвести?
5. Дайте характеристику взаимосвязи экономики и законотворчества

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: дискуссия

Примеры к дискуссии по темам раздела 1:

Методы и опыт стратегической политики в США. Каким образом, при политической конкуренции возможно реализовывать долгосрочные стратегические проекты и документы. Проблема сменяемости власти при реализации стратегической политике. Документы стратегической политики в области экономики разрабатывает Министерство экономического развития РФ. с учетом национальных целей развития Российской Федерации, определенных в Указе Президента РФ от 21 июля 2020 №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», а также инструментов и механизмов достижения национальных целей развития на среднесрочный период формируются концептуальные подходы к разработке Стратегии социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2050 года (Стратегия 2050). Документы стратегической политики в области экономики разрабатывает Министерство экономического развития РФ. с учетом национальных целей развития Российской Федерации, определенных в Указе Президента РФ от 21 июля 2020 №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», а также инструментов и механизмов достижения национальных целей развития на среднесрочный период формируются концептуальные подходы к разработке Стратегии социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2050 года (Стратегия 2050). Особенности принятия отраслевых документов стратегического планирования. Роль Правительства и отраслевых министерств в стратегическом планировании развития. Роль Президента РФ в формировании стратегического планирования в России. Программные статьи В.В. Путина в СМИ как основа национальных проектов. Соотношение национальных проектов и федеральных проектов. Общие вопросы реализации национальных проектов. Национальный проект «Здравоохранение». Национальный проект «Образование». Национальный проект «Демография». Национальный проект «Культура». Национальный проект «Безопасные качественные дороги». Национальный проект «Жильё и городская среда». Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – презентация и защита реферата

Темы реферата:

Стратегические альтернативы развития предприятия.

Стратегическое планирование на макроуровне. Структура и схема реализации.

Директивное и индикативное планирование.

Назначение и результирующий эффект планов и программ директивного и индикативного планирования.

Понятие, методология разработки и структура индикативного плана.

Схема реализации и структурные составляющие стратегического плана.

Перспективное планирование как целеполагающая функция стратегического планирования.

Методы перспективного планирования инновационного развития.

Стратегические цели комплексного прогноза научно-технического прогресса. Базовые принципы методология разработки и структурные блоки.

Научно-техническое прогнозирование и технологическое предвидение. Общность и различия, целевая функция.

Перспективное планирование инновационного развития в развивающихся и развитых странах.

Выбор стратегии развития предприятия. Механизм оценки его хозяйственной деятельности: портфельный анализ и двухмерные матрицы, матрица BCG.

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. Стратегическое планирование в туризме

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА ФЕДЕРАЛЬНОМ, РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

Тема 2.1. *Стратегическое планирование на федеральном уровне*

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Стратегия. Типы базовых стратегий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Стратегическое планирование: типы и этапы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Формирование целей и задач стратегического развития туризма и механизм их реализации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Проблемы формирования системы стратегического планирования и управления туризмом	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5	Роль и деятельность государственных и региональных органов управления в области стратегического планирования и развития туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
6	Программы развития туризма в регионах России: общее, особенное и причины не выполнения	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
7	Понятие «региональный туристский мониторинг»: цели. задачи, принципы, показатели.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Общая схема процесса стратегического планирования.
2. Основа процесса стратегического планирования.
3. Основное содержание стратегических планов.
4. Основные методы и показатели планирования в туризме;
5. Основные формы государственного воздействия на экономику.
6. Основные этапы стратегического планирования.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2.Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 2. Ключевые аспекты аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 2.2. Базовые положения аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Методы прогнозирования.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Анализ рисков развития туризма на региональном уровне.
2. Анализ рисков развития туризма на управляемой территории.
3. Информационное обеспечение стратегического планирования туризма.

4. Конкурентоспособность производимой продукции. Критерии, показатели, коэффициенты значимости.
5. Конкурентоспособность производственной базы. Критерии, показатели, коэффициенты значимости.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: дискуссия

Примеры к дискуссии по темам раздела 2:

Системный подход к определению понятия «туризм». Определение понятий «стратегия», «стратегическое планирование». Содержание, основные цели и задачи стратегического планирования в сфере туризма. Информационное обеспечение планирования туристской деятельности. Классификация видов планирования. Текущее, перспективное, стратегическое планирование. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании. Прогнозирование как процесс разработки прогнозов. Предсказательная и предписывающая функции прогноза в сфере туризма. Классификация прогнозов: национальные, региональные, корпоративные; макро-экономические и отраслевые. Особенности нормативного и генетического подхода к прогнозированию туристской деятельности. Стратегическое программирование. Виды программ. Туристический рынок как объект государственного регулирования, прогнозирования и стратегического планирования. Оценка туристического потенциала территории. Анализ рисков развития туризма. Социально-экономические последствия развития туризма на управляемой территории. Организация прогнозно-плановой работы на федеральном и региональном уровнях

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:

Форма рубежного контроля – презентация и защита реферата.

Темы рефератов:

Туристический рынок как объект государственного регулирования, прогнозирования и стратегического планирования.

Оценка туристического потенциала территории.

Анализ рисков развития туризма.

Социально-экономические последствия развития туризма на управляемой территории.

Организация прогнозно-плановой работы на федеральном и региональном уровнях.

Планирование, реализация и контроль за реализацией стратегии

Сущность кластерного анализа.

Цели факторного анализа.

Основные требования к системе показателей в стратегическом планировании. Типы показателей.

Методы, включаемые в методологию стратегического планировании в туризме. Типология проблем, определяющая выбор метода.

Методические основы разработки и оценки программ

Програмно-целевые методы управления в туризме

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 3.1. Статистическое обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности статистической информации в туризме	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Отечественный опыт статистических наблюдений в туризме на региональном и муниципальном уровнях	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Учёт и контроль в системе стратегического планирования.
2. Учёт факторов риска и неопределённости при принятии решений.
3. Фокус и временной горизонт Форсайта.
4. Основные тенденции развития туризма в условиях цифровой трансформации общества и бизнеса

1. Учебная дисциплина. Стратегическое планирование в туризме

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Информационное обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 3.2. *Общие понятия стратегического планирования предприятий туризма*

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Геосистемный анализ: понятие, содержание, инструменты	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Геосистемный подход к формированию туристско-рекреационных систем	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Системный и геосистемный анализ в географии
2. Основные геосистемные постулаты.
3. Термодинамические потенциалы и условия равновесия систем
4. Границы геосистем и предпосылках их формализации. Система морфометрических величин.
5. Проанализировать предпосылки развития теории ландшафта с точки зрения соответствия основным принципам естественно-научной теории
6. Составить иерархический перечень основных характерных времен процессов в геосистемах
7. Выявить основные движущие силы геосистемных структурообразующих процессов 4. Сравнить математический аппарат обыкновенных дифференциальных уравнений и уравнений математической физики в частных производных с точки зрения теории геосистем
8. Составить перечень известных (гео)физических постулатов теории геосистем

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к разделу 3:

1 Содержание, основные цели и задачи стратегического планирования в сфере туризма.

2 Информационное обеспечение планирования туристской деятельности.

3 Стратегическое и тактическое планирование в туризме
4 Прогнозирование как процесс разработки прогнозов.
5 Предсказательная и предписательная функции прогноза в сфере туризма и гостиничного бизнеса
6 Классификация прогнозов: национальные, региональные, корпоративные; макроэкономические и отраслевые.
7. Особенности нормативного и генетического подхода к прогнозированию туристской и гостиничной деятельности.
8 Классификация стратегий развития туристского и гостиничного бизнеса.
9 Стратегическое программирование как этап стратегического планирования.
10 Особенности стратегической программы в туризме.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – презентация и защита реферата.

Темы рефератов:

Основные тенденции развития туризма в условиях цифровой трансформации общества и бизнеса

Терминологические и технологические подходы и инструменты информационного обеспечения туризма в условиях цифровой трансформации

Особенности и актуализация нормативно-правового регулирования информационного обеспечения туризма в России в условиях цифровой трансформации

Исследование системы информационного обеспечения продвижения туристских дестинаций и потребительского поведения в современных условиях
Классификация и анализ инструментов продвижения на цифровом туристском рынке в системе информационного обеспечения туризма
Анализ системы продвижения турпродукта и интернет-сайтов туристских дестинаций России и Европы в цифровой экономике
Анализ потребительского поведения и построение модели поведения потребителей турпродукта в условиях цифровизации на основе опроса туристов

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме	
Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг	Виды нарушений функций организма, приводящие к инвалидности, и вызываемые ими ограничения способности осуществлять социально-бытовую деятельность. Понятие «инвалидность», категории, классификации по нозологии. Эволюция отношения государства и общества к лицам с ОВЗ. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Этика общения с инвалидами. Действия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению. Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях. .
Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями	анализ развития инклюзивного туризма в стране. виды инклюзивного туризма и возможности доступности туризма для инвалидов, значимость туризма для людей с ограниченными физическими возможностями, государственная политика в области инклюзивного туризма и

	планирование развития этого сектора на государственном и региональном уровнях.
РАЗДЕЛ 2. Социальный туризм	
Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан	социальный туризм; источники финансирования; государственная поддержка; ресурсы и ограничения; цели и средства; социальное предпринимательство
Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями	специфика отличие санкур и СКЛ, санаторно-курортное лечение для льготных категорий граждан, санаторно-курортное лечение для пострадавших на производстве, обеспечение санаторно-курортным лечением отдельных категорий граждан, принцип предоставления, Порядок действий, инфраструктурные и географические аспектов специализации и специализированных санкур.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему

поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного

оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме

Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг

Вопросы для самоподготовки:

1. Инклюзивный туризм за рубежом и в России.
2. Организация туруслуг для лиц с нарушениями слуха
3. Организация туруслуг для лиц с нарушениями зрения.
4. Потребности туристов с ДЦП.
5. Организация туруслуг для лиц с нарушениями речи.
6. Оказание услуг лицам с задержкой психического развития, лица с умственной отсталостью, лицам со сложными нарушениями развития, лицам с ранним детским аутизмом, лицам с синдромом дефицита внимания и гиперактивностью.

Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями

Вопросы для самоподготовки:

1. Социальная адаптация клиентов с особыми потребностями средствами туризма
2. Содержание здоровьесберегающих технологий.
3. Основные понятия адаптации и реабилитации как технологий здоровьясбережения.
4. Рекреационные услуги для лиц с особыми потребностями
5. Природа как основа туристско-рекреационных услуг с ОВЗ.
6. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов.

Раздел 2. Социальный туризм

Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан.

Вопросы для самоподготовки:

1. Как осуществляется регулирование социального туризма?
2. Какие категории граждан пользуются услугами социального туризма?
3. Кто такой сопровождающий?

Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

Вопросы для самоподготовки:

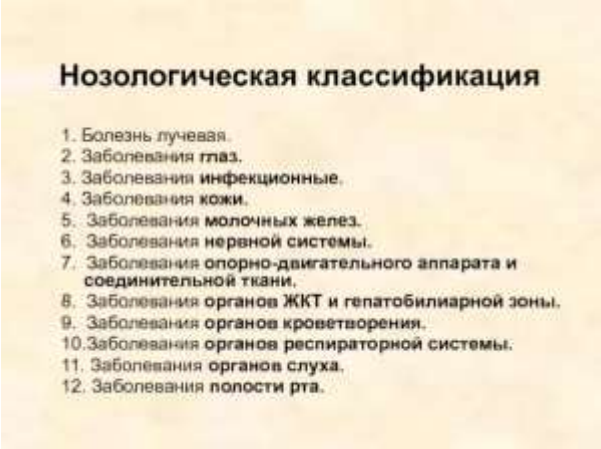
1. Какие санаторно-курортные услуги вам известны?
2. Инновационные технологии, оборудование для организации путешествий для лиц с ОВЗ.
3. Подготовка специалистов для работы в туризме и гостеприимстве в сегменте лиц с особыми потребностями

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме

Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг

Иллюстрации:



Источник: https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg



Источник: https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/4/4B9XiLJZV8M5aRojP6fdEYHGIvekwQg7lAzCpx/slide-3.jpg



Источник: https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg



Рис. Запрещающий знак для передвижения инвалидов на коляске. *Источник: https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient_osobymi_potrebnostyami_turistskih_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455*

Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями
Иллюстрации:

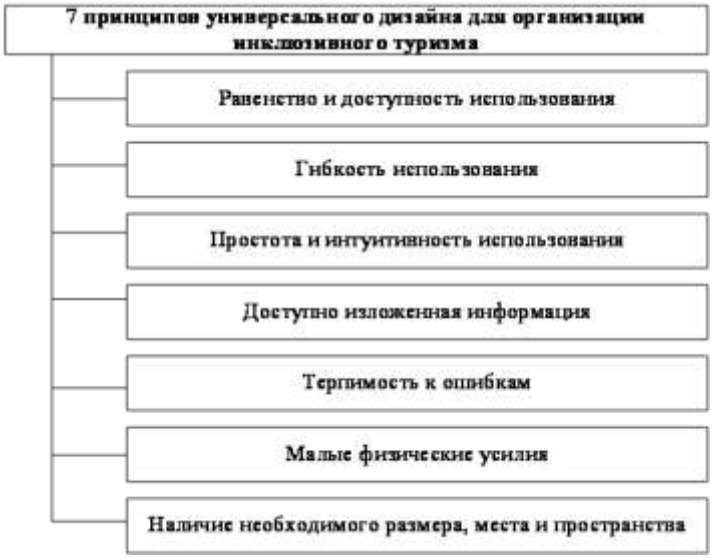


Рис.1. Принципы универсального дизайна в инклюзивном туризме *Источник: https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120*

Сводная таблица качества жизни для людей с ограниченными возможностями здоровья за рубежом [13]

Наименование страны	Доля лиц с ОВЗ	Характеристика
Финляндия	32,2 % [21]	1. Оборудование элементами доступной среды более 70% зданий и сооружений; 2. Обслуживание, реконструкция жилья для лиц с ОВЗ, переселение в дома, предназначенные для маломобильных групп; 3. Определение на законодательном уровне о необходимости проектирования зданий с элементами доступной среды; 4. Оснащение беспрепятственным доступом к социально-культурным объектам показа; 5. Организация движения, перевозка лиц с ОВЗ, бесплатный общественный транспорт.
Германия	23 % [10]	1. Адаптация 70% транспортной сети для инвалидов-

		колясочников; 2. Оборудование жилых домов элементами доступности (планировка, лифты, коридоры); 3. Оборудование элементами доступности мест досуга и отдыха; 4. Адаптированы туристические маршруты, пляжи для передвижения на колясках.
Великобритания	27,2 % [21]	1. Проектирование и строительство частных жилых домов с учетом требований доступности для лиц с ОВЗ с 2000г. 2. Запрещено отказывать в облуживании лицам с ОВЗ.
Израиль	9 % [11]	1. Определение на законодательном уровне с 2005г. о необходимости оборудования учреждений и мест общественного пользования специальными приспособлениями и элементами доступной среды.

Источник: https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120

Меры поддержки граждан с ограниченными возможностями [13]

Наименование страны	Субсидии	Дотации
Франция	Субсидирование 6% рабочих мест на предприятиях, содействие самозанятости, предоставление социальное жилья в арендной форме.	Улучшение жилищных условий, модернизация рабочих мест, техническое обслуживание, заработная плата
Финляндия	Профессиональная реабилитация, переподготовка кадров, содействие занятости и профессиональному развитию для лиц с ОВЗ, жилье распространяются на постоянное арендное или собственное жилье, а также жилье с правом проживания.	Оплата жилья, оказание социальной помощи для лиц с ОВЗ.
Германия	Федеральная программа занятости предусматривает квоты как лиц с ОВЗ, так и субсидии работодателям их трудоустраивающих.	Религиозные общины и церкви, содержащие дома для лиц с ОВЗ
Израиль	Пребывание в специальных центрах от социальных служб.	Приобретение жилья, транспортных средств, среднее специальное образование
Великобритания	Оплата ЖКХ, квотирование и резервирование рабочих мест для лиц с ОВЗ, компенсация налогов, уплаченных работодателем за маломобильных лиц.	Оборудование, приобретение транспортного средства.

Источник: https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120

Раздел 2. Социальный туризм

Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан.

Иллюстрации:



https://class-tour.com/wp-content/uploads/e/c/0/ec0503bf1005d98585af0782a27210d7.jpeg

Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

Иллюстрации:



Источник: https://gp6tmn.ru/userfiles/images/pam565.jpg

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой

лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной

литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;

8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе,

конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме

Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг

3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Инвалидность по нозологиям	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Особенности обслуживания туристов с ОВЗ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг

Текст лекции.

Нозологические группы инвалидности

Инвалидность, если исходить из разнообразия нарушений физического или психического здоровья, понятие довольно объемное. Описать особенности людей с ограниченными возможностями, не используя специальной классификации, весьма сложно. Поэтому для организации помощи, адаптации и реабилитации (медицинской и социальной) принято разделять таких пациентов на определенные категории, называющиеся нозологические группы инвалидов (НГИ).

Понятие нозологической группы инвалидности

НГИ подразумевает под собой классификацию, согласно которой люди с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) подразделяются на категории, характеризующие их отклонение. Понятие состоит из двух слов, то есть это производное от «нозология» или наука о болезнях (в переводе с древнегреческого νόσος «болезнь» + λόγος «учение, слово») и инвалид (от латинского in – «не» + validus – «сильный»).

Под термином инвалидность подразумевается состояние человека, характеризующееся физическими, психическими, интеллектуальными или сенсорными отклонениями, ведущими к нарушению либо ограничению его жизнедеятельности. Нозология, в свою очередь, полностью описывает заболевание – его отличие от здоровья, причины и механизмы возникновения, особенности типичных проявлений и поражения органов, а также выздоровления и смерти.

Из всего вышеописанного следует, что нозологическая группа инвалидов – это совокупность людей, имеющих схожие признаки патологии или родственные заболевания. Кроме того, при работе с такими пациентами обязательно следует учитывать и классификацию инвалидности по тяжести проявлений, что является важным при разработке терапевтических и социально-адаптивных мероприятий для них.

В медицинской практике людей с ОВЗ принято разделять на 2 основные группы и 3, отличающиеся по степени выраженности присутствующей симптоматики. Так, к первым двум относятся врожденная инвалидность, причиной которой стало аномальное развитие плода в утробе матери либо родовая травма, и приобретенная – возникшая после рождения на фоне повреждения или заболевания.

ВТЭК или врачебно-трудовая экспертная комиссия у взрослых выделяет 3 следующие группы:

1-я – устанавливается больным, абсолютно утратившим трудоспособность, и нуждающимся в постоянном уходе;

2-я – присваивается пациентам с менее тяжелым состоянием, способных себя обслуживать, но не имеющих возможности осуществлять трудовую деятельность в стандартных производственных условиях;

3-я – устанавливается людям, которые в состоянии работать в обычных производственных условиях в их облегченном варианте.

Ограничения функциональности инвалидов принято разделять по категориям, связанным с отклонениями деятельности той или иной системы. К ним относятся нарушения:

двигательной (статодинамической) функции;

сенсорной – зрения, обоняния, слуха, осязания;

психической – мышления, восприятия, памяти, внимания, речи, воли и эмоций;

кровообращения, дыхания, выделения, обменных процессов, пищеварения и внутренней секреции.

Важно! Все особенности и разграничения инвалидности следует учитывать как для взрослых при трудовой или адаптивной деятельности, так и для детей при обучении или социализации, чтобы не привести в будущем к усугублению состояния.

Данное разделение инвалидов на различные группы является одним из самых емких и потому обширных. Благодаря ему, врач, увидев такую пометку в любом бланке, может получить приблизительную картину состояния пациента на текущий момент.

Нарушение зрения

Эта патология относится к сенсорным отклонениям, и является одной из основных разновидностей заболеваний, способных стать причиной получения группы инвалидности. По степени нарушения зрения выделяют несколько категорий пациентов:

Слепые – больные с абсолютной потерей зрительных ощущений либо люди со светоощущением, то есть они неспособны видеть очертания объектов, а имеют возможность различать лишь присутствие света. Такая группа пациентов, в свою очередь, классифицируется на две степени: 1 – полная утрата зрительной функции и 2 – практическая слепота со светоощущением, и способностью видеть силуэты объектов.

Слабовидящие – инвалиды, которым качество зрения дает возможность различать объекты, но при этом нечетко видеть их контуры.

Инвалидная трость

Потеря зрения оказывает негативное влияние на большинство функций организма

Снижение качества зрения, в большинстве случаев сопровождается нарушением формирования пространственных образов, осуществления саморегуляции и самоконтроля, а также ухудшением точности движений тела и его координации. Кроме этого, отмечается изменение осанки, появление плоскостопия, и нередко слабость дыхательных мышц.

Сопутствующими патологиями при нарушении зрения, как правило, являются неврозы, болезни органов сердечно-сосудистой и дыхательной системы, и расстройства метаболических процессов. И также может наблюдаться снижение слуха, общее недоразвитие речевой функции, быстрая утомляемость, ДЦП (детский церебральный паралич) и иногда ММД (минимальная мозговая дисфункция).

Факт! И. М. Сеченов утверждал, что двигательная согласованность рук и глаз человека формируется в детстве. «Рука выполняет функцию хватательного орудия, и при отсутствии зрительного руководства таким орудием служить не может».

Патологии слуха

Инвалидность по слухуИнвалидность при тугоухости

Инвалиды со снижением качества слуха бывают: глухие (полная утрата слуховой функции) и слабослышащие. Глухие лишенные речи – это пациенты с врожденным отсутствием данного сенсора либо утратившие его в раннем детстве.

К глухим, но при этом имеющим речь в определенной степени, относятся пациенты, потерявшие слух в более позднем возрасте. Вследствие врожденной утраты слухового сенсора довольно часто развиваются патологические изменения функционирования вестибулярного аппарата, пространственной ориентации, ухудшается осанка. Кроме этого, формируется глухонемота и задержка в развитии способности к прямостоянию.

На фоне подобных нарушений, как вторичные патологии отмечаются психические отклонения – отставание функции мышления, проблемы с общением, скудность эмоций и плохая память.

Слабослышащие, или люди с частичной утратой слуховой возможности, но при этом сохранившие речь, не испытывают трудностей, связанных со снижением умственных способностей.

Нарушение интеллекта

В основе признаков данной группы лежит недоразвитие различных аспектов психической функции: познавательных процессов, потребностно-мотивационной, эмоционально-волевой сферы и т. д. Ведущая роль в отклонениях психики отводится задержке развития познавательной способности, типичной характеристикой которой считается умственная отсталость.

Интеллектуальная отсталость – это неполноценное формирование психических процессов либо их задержка, что в основном проявляется снижением способностей, характерных для определенного периода созревания. К ним относятся социальные, когнитивные, речевые и моторные способности, которые в результате составляют базовый фундамент личности, и дают возможность для дальнейшего развития.

У человека с патологическими отклонениями умственного развития практически всегда наблюдается расстройство познавательной активности. Снижается скорость и интенсивность нервных процессов, качество высших психических функций, а также нарушается аналитико-синтетическая деятельность. На фоне данных отклонений нередко формируется дисплазия (патологическое изменение клеток).

Начинаются проблемы с костной тканью, осанкой, развивается деформация скелета, стоп, что, в общем, характеризуется как физическая дисгармоничность сопровождающаяся нарушением координации движений. Кроме этого, у таких пациентов отмечаются прочие сенсорные аномалии, заболевания внутренних органов, врожденные пороки сердца и эндокринные патологии.

У детей с умеренной формой умственной отсталости в 90–100% наблюдается моторная недостаточность, страдает темп, точность и согласованность движений. Они неуклюжи, медлительны, и имеют недостаточно сформированные механизмы бросков, бега и прыжков.

Причины нарушения звукопроизношения

Изменения со стороны опорно-двигательного аппарата (ОДА)

Заболевания ОДА, способных привести к получению группы инвалидности, подразделяют на три вида:

Патологии нервной системы – полиомиелит, ДЦП.

Врожденные аномалии – вывих бедра, кривошея, артрогрипоз (врожденное уродство). Деформации и дефекты верхних и нижних конечностей – косолапость, аномалии развития пальцев стопы и кисти.

Приобретенные болезни и повреждения – патологические изменения в результате травмы головного или спинного мозга, рук, ног, патологии конечностей, полиартрит, системные болезни скелета.

У пациентов с группой инвалидности по нарушению функционирования ОДА ведущим является дефект данной системы – недоразвитие, патология либо потеря тех или иных двигательных способностей. При заболеваниях ОДА церебрального происхождения, происходит снижение опороспособности, нарушение равновесия, координации, ориентировки в пространстве, вертикальной позы, макро- и микромоторики.

Зачастую диагностируется остеохондроз, остеопороз, контрактуры, мышечная гипотрофия и дисгармоничность физического развития. Кроме этого, присоединяются заболевания дыхательной и сердечно-сосудистой системы, а также патологии внутренних органов. Нередко отмечается снижение качества зрения, слуха и интеллекта, что в результате ведет к низкой работоспособности.

При патологиях ОДА спинального происхождения диагностируется частичная либо абсолютная потеря чувствительности, движений, расстройство функционирования органов таза. Развиваются вегетативные дисфункции, образуются пролежни. Достаточно часто возникает остеопороз.

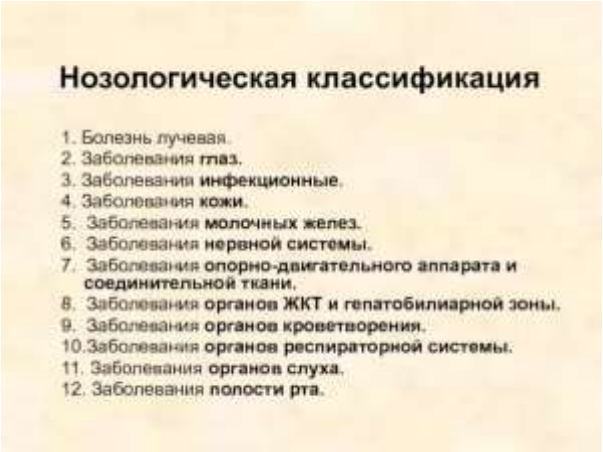
При поражении верхнего отдела (шейного) наблюдаются дыхательные и ортостатические нарушения. Развитие вялого паралича сопровождается мышечной атрофией, спастического – снижением подвижности суставов, появлением контрактур, повышением мышечного тонуса.

При патологиях ОДА в результате врожденных пороков либо ампутации утрачивается нормальная опороспособность и ходьба (при потере ног), осанка, координация движений, а также способность поддержания вертикальной позы. Зачастую при таких изменениях отмечается уменьшение сосудистого русла и массы тела.

В целом данные патологии сопровождаются дегенеративными изменениями костной и нервно-мышечной ткани, расстройством регуляторных механизмов, контрактур. Возникают дисфункции дыхания, кровообращения, пищеварения обменных процессов, в результате чего снижается работоспособность. Кроме всего вышеперечисленного, нередко присутствуют фантомные боли, доставляющие значительный дискомфорт пациентам.

Одним из видов поражения ОДА, ведущих к инвалидности являются насильственные движения или непроизвольные двигательные реакции (к примеру, тремор верхних

конечностей). Они создают большие помехи для выполнения произвольных движений, и затрудняют овладение многими навыками двигательного аппарата.
Инвалид на работе
Читайте также:
Степени ограничения при инвалидности 3 группы
Нарушение речи
Речь – одна из самых важных социальных функций человека, осуществление которой обусловлено слаженной деятельностью головного мозга и множеством периферических нервов лица. В ее обеспечении, а также осуществлении чтения и письма, задействованы четыре анализатора: зрительный, слуховой, кинестетический и двигательный.
Для этого сложного процесса очень важна сохранность работоспособности всех участвующих мышц (гортани, челюстей, языка, неба), а также состояние рта, глотки и придаточных пазух носа, так называемых резонаторных полостей. Не менее значимым является координация дыхания и возможность качественного произношения.
Речевые механизмы являются сложной и многоуровневой организацией, и изменение на любом участке данной цепи может привести к утрате либо снижению качества функции. Факторы, обуславливающие речевые аномалии, могут быть следующими:
наследственная предрасположенность;
генетические изменения;
внутриутробная патология;
неблагоприятное родоразрешение;
заболевания первых лет жизни.
Речь может нарушаться как устная, так и письменная, причем сопровождаться подобные изменения могут патологиями зрения, слуха, интеллекта или ОДА. В зависимости от присутствующих сочетаний нередко возникают характерные виды общего недоразвития индивида. Присутствие различных форм речевых нарушений дает возможность сделать вывод об умственной отсталости человека.
Разнообразие и сочетание патологий, ведущих к инвалидности, к сожалению, очень велико, но благодаря данной классификации специалистам ВТЭК и другим врачам гораздо проще выделять основное заболевание у того или иного пациента. Это позволяет найти более быстрый и доступный способ организации медицинской помощи таким больным, а также их реабилитации и адаптации к повседневной
Источник: https://invalidu.c om/raznoe/nozologicheskie-gruppy-invalidnosti?ysclid=lh2htzoof2315235330



Источник: https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg



Источник: https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/4/4B9XiLJZV8M5aRojP6fdEYHGIvekwQg7lAzCpx/slide-3.jpg



Источник: https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg

Клиент с особыми потребностями в туристских услугах

«Иногда совесть не велит нам делать то, что разрешает закон».

Сенека,

римский философ-стоик

Цель параграфа — изучить потребности отдельных групп потребителей туристских услуг, влияющих на характер социального взаимодействия в туристском обслуживании.

Задачи параграфа:

- 1) изучить клиентов имеющих особые потребности в туристских услугах в связи с психосоматическими и физическими нарушениями;
- 2) рассмотреть ключевые потребности разных групп потребителей туристских услуг, включая инвалидов;
- 3) определить понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах»;
- 4) обеспечить контроль достигнутых результатов при помощи вопросов проверочного характера;
- 5) определить возможность расширения и углубления знаний по изучаемой тематике.

Дефиниции и примеры из практики туризма и гостеприимства

При изучении потребностей отдельных групп потребителей туристских услуг, могут возникать проблемы взаимодействия с лицами имеющими ограничением жизнедеятельности (инвалидами) и в ряде случаев создаются условия, при которых туристская услуга остается недосягаемой.

Нарушения психосоматических функций, таких как психические, сенсорные, статодинамической функции, функции кровообращения, дыхания, пищеварения, выделения, обмена веществ и энергии, внутренней секреции приводят к ограничению жизнедеятельности,

неспособности индивидуумом потреблять отдельные виды услуг, выполнять социальные функции, которые ему предписаны его социальным статусом.

Устранить препятствия, связанные с психосоматическими проблемами, или адаптировать к ним туриста можно путем создания условий обеспечивающих адекватное функционирование его органов и систем. Для обеспечения процесса потребления туристских услуг следует своевременно предусмотреть возможность проявления психосоматических нарушений, определить специфику предполагаемой услуги и обеспечить соответствующими условиями туристскую дестинацию, включая наличие специально подготовленных работников сферы обслуживания. Психосоматические ограничения могут быть во многом нивелированы, если в туристский продукт будет включено медико-психологическое обеспечение туристской услуги для своевременной коррекции психофизиологического статуса туриста.

Туризм как современный социальный институт не может игнорировать проблему инвалидности и не решать вопросы, связанные с предоставлением туристских услуг многочисленной категории населения. В условиях возрастания числа инвалидов разработка стратегии развития туристской отрасли, направленной на обеспечение действительного равенства возможностей предоставления населению услуг маломобильным группам населения, становится одной из важных задач туристского бизнеса.

Лица, имеющие ограничения жизнедеятельности (инвалидность) могут путешествовать, выезжать в места отдыха, лечения или реабилитации. И потому специалисты сферы обслуживания, в том числе туроператоры, должны быть готовы к тому, что им придется иметь дело не только со здоровыми людьми, но и с людьми, которые страдают теми или иными болезнями, быть знакомыми с проявлением подобных болезней, чтобы обеспечить им соответствующие условия на всех уровнях туриндустрии.

Для правильной интерпретации содержания параграфа необходимо знание следующих понятий.

Инвалид — лицо, имеющее нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты.

Ограничение жизнедеятельности — отклонение от нормы деятельности человека вследствие нарушения здоровья, которое характеризуется ограничением или отсутствием способности выполнять определенный комплекс интегрированной деятельности, в том числе осуществлять самообслуживание, передвижение, ориентацию общения, контроль за своим поведением, обучение и трудовую деятельность.

Социальная интеграция — участие инвалидов в жизни общества наравне со здоровыми людьми.

Клиент с особыми потребностями в туристских услугах — это

лицо, которое имеет нарушение в структурах и функциях организма и при отсутствии доступности окружающей среды, не может воспользоваться наравне с другими инклюзивным туризмом.

В Конвенции о правах инвалидов (2007), инвалидность рассматривается как «эволюционирующее понятие, которое является результатом взаимодействия между людьми с нарушением здоровья и общественными и средовыми барьерами, что мешает их полному и эффективному участию в жизни общества наравне с другими». Инвалидность сопровождает жизнь любого общества, и каждое государство формирует социальную и экономическую политику в отношении инвалидов[1]. Основу инвалидности составляет проявление различных видов и форм ограничений жизнедеятельности, детерминированных социальными условиями и потому возникновение проблем, связанных с затруднением общения при потреблении туристских услуг свидетельствует о социальной дискриминации инвалидов. Работники туризма должны осознавать, что ограничение каких-либо видов деятельности нарушает взаимоотношения в обществе и становится ричинно-детерминирующим фактором особого образа жизни, поведения, появления особых потребностей в различных сферах жизнедеятельности. Нарушение взаимоотношений человека в обществе приводит к

социальной дезинтеграции и невозможностью пользоваться благами цивилизации, в том числе и услугами туризма.

Проявление различных видов и форм ограничений жизнедеятельности составляет основу инвалидности.

В соответствии с российским законодательством инвалид — лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты[2].

Инвалидность приводит к потере основных показателей жизнедеятельности человека и ограничивает следующие способности:

? самообслуживание;

- ? самостоятельное удовлетворение основных физиологических потребностей, осуществление повседневной бытовой деятельности и соблюдение личной гигиены;
- ? самостоятельное передвижение в пространстве, преодоление препятствий, сохранение равновесия тела в рамках выполняемой бытовой, общественной, профессиональной деятельности;
- ? обучение;
- ? восприятие и воспроизведение знаний (общеобразовательных, профессиональных и др.), овладение навыками и умениями (социальными, культурными и бытовыми);
- ? трудовая деятельность;
- ? осуществление деятельности в соответствии с требованиями к содержанию, объему и условиям выполнения работы;
- ? ориентация;
- ? ориентация во времени и пространстве;
- ? общение;
- ? установление контактов между людьми путем восприятия, переработки и передачи информации;
- ? контроль своего поведения;
- ? осознание себя и адекватное поведение с учетом социально-правовых норм.

Как уже говорилось выше, снижение тех или иных способностей нарушают общепринятые взаимоотношения в обществе и могут стать причиной, порождающей особые потребности в процессе потребления туристского продукта. Особые потребности возникают в связи с невозможностью получения туристской услуги в условиях инклюзивного туризма наравне со всеми. Одной из причин, приводящей к особым потребностям в туристских услугах являются психосоматические (медико-физиологические) нарушения функций и структур органов и систем организма.

Нарушение основных функций организма снижает активность и участие индивидуума в повседневной деятельности, а также может затруднить свободный доступ потребления туристских услуг.

Потребители с подобными нарушениями, получающие туристские услуги в структуре доступного для всех инклюзивного туризма, предъявляют специфические требования к туристскому обслуживанию, в противном случае создаются условия, при которых туристская услуга остается недосягаемой. Наличие ограничений жизнедеятельности предполагает адаптивные условия сопровождения туристской услуги для создания равных нрав при потреблении туристского продукта.

Под нарушениями понимается утрата или отклонение в частях или функциях организма. Термины «нарушение» и «болезнь» в медицинской практике и туризме трактуются по-разному. Туристская практика рассматривает нарушения шире и масштабнее, чем расстройства или болезнь.

Например, утрата конечности — это нарушение структуры организма, но не болезнь. И подход к оказанию туристских услуг в таком случае будет разным: это будет или отношение к инвалиду как к больному с соответствующим выбором санаторно-курортного лечения, или

как к туристу, желающему путешествовать. Нарушения рассматриваются с точки зрения возможности привлечения лиц с ограничением жизнедеятельности к туризму путем создания адаптивных условий потребления туристской услуги.

С развитием цивилизации условия, создающие ограничения жизнедеятельности, обусловленные нарушениями на психосоматическом уровне, не уменьшаются. Более того, причины, приводящие к этому, имеют устойчивую тенденцию к прогрессированию. Все больше становится лиц с ограничениями жизнедеятельности в результате функциональных и структурных нарушений в органах и системах, вступающие в противоречие со средой обитания. Глобальные техногенные и экологические изменения повышают агрессивность среды обитания человека, приводят к нарушению его биологических и социальных связей, снижают адаптационные возможности. Многие нарушения возникают по причине несовершенства профилактических мер по предупреждению заболеваний, неэффективным лечением известных и вполне излечимых болезней, неадекватным медицинским и реабилитационным обслуживанием.

В последнее время во всем мире, включая Россию, по разным причинам, в том числе в связи с экологической неустойчивостью, появилось много новых редких (орфанных) болезней, приводящих к нарушению функций и структур организма. Многие заболевания встречаются довольно часто и широко известны. Это, например, болезнь Крона, мышечная дистрофия, лимфангиома, миуковисцидоз (кистозный фиброз), саркома костей и мягких тканей и др. заболевания. В список орфанных болезней в России внесено 230 заболеваний, при этом многие из заболевших являются пользователями туристских услуг с особыми потребностями.

Проведенный анализ особенностей оказания туристских услуг лицам с ограничением жизнедеятельности позволяет рассматривать туристов с психосоматическими (медико-физиологическими), психологическими и физическими отклонениями как клиентов с особыми потребностями в туристских услугах. Клиент с особыми потребностями в туристских услугах — это лицо, которое имеет нарушение в структурах и функциях организма и при отсутствии доступности окружающей среды, не может воспользоваться наравне с другими инклюзивным туризмом. Проявление особых потребностей таких туристов выражаются в желании получить равный доступ к туристской инфраструктуре и реализовать свои права на достойный безопасный отдых.

У туристов с ограничением жизнедеятельности потребности связаны с желанием реализовать свои права на отдых наравне с другими отдыхающими. Это потребности на первый взгляд могут показаться тривиальными, не столь значительными, но для них они могут быть психологически важными. Туристы со статодинамическими нарушениями в большей степени озабочены, к примеру, будут ли на пути следования туристской группы двери с широким проходом, чтобы они смогли проехать на своей коляске или медицинские структуры для получения необходимой медицинской помощи. Дискриминирующим отношением по отношению к инвалидам является и запрет на возможность передвижения на коляске (рис.)



Рис. Запрещающий знак для передвижения инвалидов на коляске

Нарушения основных функций организма, приводящие к ограничению жизнедеятельности, обусловливают особые требования инвалида в процессе потребления туристской услуги. В ряде случаев это продиктовано жизненной необходимостью.

Так, туристам с нарушением углеводного обмена, нестабильными сахарами (пациенты с сахарным диабетом), во время путешествия необходимо диетическое питание и возможность коррекции сахара крови. Диализным пациентам с почечной недостаточностью может потребоваться процедура гемодиализа, стомированным пациентам с нарушением выделительной функции кишечника и мочевыделительной системы необходимы специально оборудованные комнаты в туалетах для смены памперса или средств ухода за стомой. Возможно, потребуется и медицинское вмешательство, проведение реабилитационных мероприятий и др. Разнообразные потребности возникают и у других туристов с инвалидностью и ограничением жизнедеятельности.

Введение понятия «клиент с особыми потребностями в туристских услугах» основывается на анализе видов и форм ограничений жизнедеятельности, обуславливающего инвалидность. Выделение туристов с особыми потребностями в зависимости от нарушений основных функций организма, направлено на целенаправленное применение адаптивных туристских услуг в структуре инклюзивного туризма. Физические и психосоматические недостатки — это не атрибут индивида и не всегда его личная проблема, поэтому отсутствие условий для инвалидов может рассматриваться как особая форма дискриминации. Особые потребности туристов с ограничением жизнедеятельности не должны становиться препятствиями для полноценного функционирования человека в обществе.

Понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах» акцентирует внимание туристской индустрии на необходимости дифференцированного подхода к потребностям лиц с ограничением жизнедеятельности и соответствующей адаптации туристского продукта. Инвалид может оплатить все расходы, связанные с путешествием, но он не приобретет туристский продукт, если ему не обеспечат адаптивные условия получения туристской услуги.

Социально-ориентированная туристская дестинация должна быть знакома с проявлениями нарушений в функциях и структурах организма инвалида в соответствии с его патологией. Для обеспечения процесса потребления туристских услуг следует своевременно предусмотреть возможность проявления психосоматических нарушений, определить специфику предполагаемой туристской услуги и наличие соответствующей туристской среды с возможностью предоставления специализированной услуги, медико-психологического обеспечения.

Как уже говорилось выше, устранить препятствия, связанные с психосоматическими (медико-физиологическими) проблемами, или адаптировать к ним туриста можно путем создания условий, обеспечивающих адекватное функционирование его органов и систем, созданием позитивного психологического климата во время путешествия. В период потребления туристской услуги клиентам с особыми потребностями необходимы мониторинг нагрузки и отдыха, установление величины физических и психических напряжений. Необходим учет, коррекция и изучение психофизиологической характеристики туриста.

Психосоматические нарушения и связанные с этим особые потребности не могут служить препятствием для полноценного участия инвалида в туризме.

Задания на закрепление знаний и развитие умений

Задания на понимание

- 1. Охарактеризуйте клиентов, имеющих особые потребности в туристских услугах.
- 2. Определите понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах».
- 3. Определите потребности туристских услуг лиц с ограничением жизнедеятельности.

Задания на анализ

1. Рассмотрите ключевые потребности разных групп потребителей туристских услуг, включая инвалидов.

- 2. Дайте оценку возможностям предоставления равных прав клиентам с особыми потребностями в туристских услугах.

- 3. Проанализируйте условия оказания туристских услуг лицам с ограничением жизнедеятельности.

Задание на применение

- 1. Изучите на практике, когда нарушение основных функций организма может затруднить свободный доступ потребления туристских услуг.
- 2. Рассмотрите дискриминирующие факторы к туристам со статодинамическими нарушениями.
- 3. Нарушение каких основных показателей жизнедеятельности человека характеризует инвалидность?
- 4. Рассмотрите умение анализировать проблемы клиентов с особыми потребностями, возможности их предотвращения.
- 5. Используйте основные термины, раскрывающие основы коммуникации при организации своей работы в коллективе

Источник:

https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient_osobymi_potrebnostyami_turistskih_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Региональные программы субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в сфере социально-культурного сервиса и туризма.
2. Нормативно-правовые акты органов представительной законодательной власти субъектов Российской Федерации в области туризма.
3. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.
4. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению.

1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме

Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями

3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

1. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Инклюзивный туризм	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Государственное регулирование сферы инклюзивного туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями

Текст лекции.

Инклюзивный туризм – понятие сложное, которое может интерпретироваться по-разному – доступный туризм, безбарьерный туризм, туризм для людей с ограниченными возможностями здоровья (далее – туризм для людей с ОВЗ), адаптивный туризм и т.д. На сегодняшний день установленного понятия инклюзивный туризм в современной литературе нет. В странах Евросоюза сегмент туризма для людей с ограниченными возможностями называют «доступным туризмом» или «туризмом для всех». Такой термин интерпретируется также как «туризм для всех» (tourism for all), «доступный туризм» (accessible tourism), «туризм для инвалидов», «инватуризм», «паратуризм», «безбарьерный туризм», «реабилитационный туризм», «коррекционно-учебный туризм» и другие [9].

Концептуальные статьи Баума Т. [1], Де Гросбуа Д. [3], Шейвенса Р. [6], Хьюз Э. [4], и Веллер Б. [7] рассматривают инклюзивный туризм как ответ на тенденции к социальной, экономической и пространственной изоляции в туризме. Эти авторы дают определение и концептуальную основу, включающую семь различных элементов, которые могут составлять направления исследований в секторе инклюзивного туризма. Авторы проводят различия между инклюзивным туризмом и другими схожими терминами, такими как комплексный туризм и инклюзивные бизнес-модели, а также в сравнительном контексте существующих концепций, которые также касаются более широких социальных преимуществ туризма.

С недавних пор в Российской Федерации развитию инклюзивного туризма стало уделяться повышенное внимание на федеральном уровне. В качестве одного из основных составляющих системы «инклюзивный туризм», который определяет органичность ее внутреннего строения и динамические взаимосвязи между доменами, можно выделить нормативно-правовую базу, которую условно можно представить в виде трех основных групп документов.

К первой группе относятся документы, защищающие права маломобильных людей и людей с инвалидностью, при доступе к туристским объектам и услугам.

Вторую группу составляют документы, регламентирующие требования при создании и организации доступной среды.

В третьем группе представлены нормативно-правовые документы, устанавливающие порядок оказания туристских услуг, в том числе для людей с ограниченными возможностями здоровья [22].

К тому же развитие инклюзивного туризма уже нашло свое отражение в Стратегии развития туризма на период до 2035 года, а также в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства».

Так как проблемы развития инклюзивного туризма еще не приобрели системный характер и большую популярность, то в настоящее время не много исследователей посвятили свои работы данной проблематике, среди них можно выделить Белоусову Н.В. [9], Якименко М.В., Русеву О.А. [22], Короткову С.Г. [17], Логунову Н.А. [18].

Целью данной работы является изучение зарубежного опыта развития доступной среды и инклюзивного туризма для возможности адаптации части данного опыта к российской действительности и представление авторских рекомендаций для внедрения их в Российскую практику развития инклюзивного туризма.

Авторская гипотеза, заключается в том, что формировать подходы к развитию инклюзивного туризма в России следует после критического изучения опыта зарубежных стран и оценки возможности внедрения уже существующих методик и инструментов на территории РФ, с учетом национальных особенностей и возможностей России.

Научная новизна работы заключается в разработке рекомендаций по развитию инклюзивного туризма в России с учетом анализа опыта зарубежных стран.

При проведении исследования использовались следующие **научные методы**: метод сравнения, метод изучения информационных материалов, метод статистического анализа, графический метод.

Результаты исследования

В качестве одной из причин низкого спроса на инклюзивные туры, как в России, так и за ее пределами обычно выделяют психологический барьер людей с ОВЗ, который объясняется неизбежным дискомфортом, как в процессе путешествия, так и на туристских объектах. К тому же до сих пор нет точного определения понятия «инклюзивный туризм» и всех особенностей организации туризма для людей с ограниченными возможностями.

Один из архитекторов-колясочников Рон Мейсон совместно с коллегами из Государственного университета Северной Каролины сформировали 7 принципов универсального дизайна для организации инклюзивного туризма.



Рис.1. Принципы универсального дизайна в инклюзивном туризме [5]

По мнению авторов данные принципы должны стать основополагающими для формирования доступной среды, организации инклюзивных туров и развития инклюзивного туризма в мире.

Европейский опыт развития инклюзивного туризма и формирования доступной среды

Европейские страны, в силу высокого процента инвалидности, решили практически все проблемы доступности среды для лиц с ограниченными возможностями.

Разные эксперты в области строительства определяют Великобританию одной из лучших стран для жизнедеятельности маломобильных групп населения, где шестая часть населения страны – инвалиды. Именно в этой стране все городские автобусы имеют специальные платформы, позволяющие легко подняться в салон маломобильным лицам. Пешеходные дорожки, переходы и железнодорожные платформы имеют «осязаемое покрытие» для слабовидящих и слепых людей, представляющее собой текстурированное покрытие, предостерегающее о проемах и спусках.

См. также:

_ **Семьи с ограниченными возможностями: прямые расходы, трансферты и доступные услуги** (*Притворова Т.П., Аяганова М.П.*) // Экономика Центральной Азии. № 2 / 2021

_ **Профессиональная ориентация в дополнительном образовании: потенциал и ограничения на примере танцевальной студии «Ангельские псы» для детей-инвалидов и детей с ограниченными возможностями здоровья** (*Бондарчук Ю.А.*) // Экономика и социум: современные модели развития. № 1 / 2022

Великобритания делилась опытом в создании безбарьерной среды для проведения Олимпийских и Паралимпийских игр в Сочи в 2014 году. Проект по обмену опытом в сфере создания безбарьерной среды реализуется в рамках Меморандума о сотрудничестве между странами, принимающими Олимпийские и Паралимпийские игры, который был подписан в июне 2013 года Министерством торговли и инвестиций Великобритании и Министерством регионального развития России.

С 1970 года начинают разрабатываться строительные нормы и правила для Северным советом, в который входят Швеция, Дания, Норвегия и Исландия. Цель данного совета заключается в установлении единых стандартов физической доступности зданий, сооружений, как общественного, так и производственного характера, и районов для престарелых и инвалидов, поскольку принципы доступности для лиц с ограниченными возможностями здоровья идентичны.

Летом 2016 года Финляндия ратифицировала международную конвенцию ООН о правах инвалидов, теперь финны самостоятельно могут разрабатывать законы, которые позволят сделать жизнь людей с ОВЗ легче. Однако и до этого момента лица с ОВЗ, проживающие в Финляндии не чувствовали себя ограниченными и запертыми в своем микрорайоне. Вся городская инфраструктура финских городов построена так, что все люди чувствуют себя

комфортно и безопасно – пандусы, лифты, туалеты для инвалидов, даже на колесо обозрения в Хельсинки без труда можно завезти инвалидную коляску. Почти все финские отели оборудованы номерами для маломобильных граждан [15].

Норвегия уже в 1976г. включает в строительные нормы пункты, регламентирующие проектирование и строительство всех общественных зданий с элементами доступной среды, позволяющих обеспечивать свободный доступ, передвижение и пользование услугами для людей с ограниченными возможностями здоровья.

Германия начала решать проблемы с обеспечением доступности и создания условий для передвижения инвалидов после Второй мировой войны. Поэтому сейчас практически все города страны имеют адаптированную инфраструктуру для маломобильных групп населения, включая транспорт, безбордюрные пешеходные переходы, пандусы, ответственное отношение в обществе [20].

Конституция Берлина Разделом II «Основные права, государственные цели» Статьей 11 определяет, что «люди с инвалидностью не должны быть ущемлены. Государство обязано обеспечить равные условия жизни для людей с инвалидностью и без нее», которая послужила основой для принятия закона 17 мая 1990 года о равноправии лиц с ограниченной дееспособностью и лиц без ограничений дееспособности [13].

За рубежом постоянно издаются документы, которые непосредственно улучшают жизнь людей с ограниченными возможностями здоровья. Такая деятельность должна служить примером для нашей страны, так как у нас в основном действуют нормативы, установленные еще в 1990-х годах.

Сводная таблица качества жизни для людей с ограниченными возможностями здоровья за рубежом [13]

Наименование страны	Доля лиц с ОВЗ	Характеристика
Финляндия	32,2 % [21]	1. Оборудование элементами доступной среды более 70% зданий и сооружений; 2. Обслуживание, реконструкция жилья для лиц с ОВЗ, переселение в дома, предназначенные для маломобильных групп; 3. Определение на законодательном уровне о необходимости проектирования зданий с элементами доступной среды; 4. Оснащение беспрепятственным доступом к социально-культурным объектам показа; 5. Организация движения, перевозка лиц с ОВЗ, бесплатный общественный транспорт.
Германия	23 % [10]	1. Адаптация 70% транспортной сети для инвалидов-колясочников; 2. Оборудование жилых домов элементами доступности (планировка, лифты, коридоры); 3. Оборудование элементами доступности мест досуга и отдыха; 4. Адаптированы туристические маршруты, пляжи для передвижения на колясках.
Великобритания	27,2 % [21]	1. Проектирование и строительство частных жилых домов с учетом требований доступности для лиц с ОВЗ с 2000г. 2. Запрещено отказывать в облуживании лицам с ОВЗ.
Израиль	9 % [11]	1. Определение на законодательном уровне с 2005г. о необходимости оборудования учреждений и мест общественного пользования специальными приспособлениями и элементами доступной среды.

Финляндия в своей практике, благодаря системе толерантного отношения с использованием законодательной базы, интегрирует в сферу социальной защиты и страхования, здравоохранения, занятости и образования систему реабилитации, кроме того, компенсирует большую часть затрат инвалидов и маломобильных групп населения.

Меры поддержки граждан с ограниченными возможностями [13]

Наименование страны	**Субсидии**	**Дотации**
Франция	Субсидирование 6% рабочих мест на предприятиях, содействие самозанятости, предоставление социальное жилья в арендной форме.	Улучшение жилищных условий, модернизация рабочих мест, техническое обслуживание, заработная плата
Финляндия	Профессиональная реабилитация, переподготовка кадров, содействие занятости и профессиональному развитию для лиц с ОВЗ, жилье распространяются на постоянное арендное или собственное жилье, а также жилье с правом проживания.	Оплата жилья, оказание социальной помощи для лиц с ОВЗ.
Германия	Федеральная программа занятости предусматривает квоты как лиц с ОВЗ, так и субсидии работодателям их трудоустраивающих.	Религиозные общины и церкви, содержащие дома для лиц с ОВЗ
Израиль	Пребывание в специальных центрах от социальных служб.	Приобретение жилья, транспортных средств, среднее специальное образование
Великобритания	Оплата ЖКХ, квотирование и резервирование рабочих мест для лиц с ОВЗ, компенсация налогов, уплаченных работодателем за маломобильных лиц.	Оборудование, приобретение транспортного средства.

Восточный опыт развития инклюзивного туризма и формирования доступной среды

Люди-инвалиды в Японии больше воспринимаются как люди с дополнительными потребностями, а не с ограниченными возможностями.

В Японии большая статья расходов государственного бюджета направлена именно на здравоохранение. В Японии существует закон, который обязывает организации создавать доступную среду для инвалидов и иметь в рабочем штате представителей этой категории населения. Государственная финансовая поддержка любой активности, нацеленной на помощь инвалидам. Например, к каждому инвалиду-колясочнику приставлен социальный помощник, труд которого оплачивается из средств государства. Второй пример: любой инвалид-колясочник при нехватке собственных средств на покупку инвалидной коляски, управляемой с пульта, может попросить государство о финансовой помощи, причем неважно, сколько собственных средств он может вложить в покупку.

См. также:

Проблемы трудоустройства выпускников с инвалидностью в реалиях современного рынка труда (*Антонова Г.В., Кураева Л.Н. и др.*) // Экономика труда. № 11 / 2020

К вопросу о повышении уровня занятости лиц с инвалидностью в России (*Гурина М.А., Моисеев А.Д. и др.*) // Экономика труда. № 1 / 2019

В Японии работают эксперты в области консультирования людей, которые совсем недавно получили степень инвалидности и испытывают психологические барьеры и высокий уровень стресса. Помимо этого, существуют различные центры реабилитации, которые проводят обучения по таким направлениям, как: баскетбол для инвалидов-колясочников, настольный теннис для людей, лишенных зрения, голбол, батутный спорт для людей с ОВЗ [16].

Весь общественный транспорт в Японии – доступная среда для инвалидов. В автобусах существуют откидные пандусы, а в автомобилях такси двери открываются автоматически, причем это удобно не только для людей с ОВЗ, но и для всех граждан. Откидные пандусы в японском транспорте пока что ручные, но ведутся разработки по установке автоматических пандусов, которые смогут завозить людей самостоятельно.

В Японии запущена муниципальная программа оборудования домов, в которых проживают инвалиды, по их запросу. Например, в спальню устанавливают специальное крепление, которое управляется с пульта и позволяет поднять тело человека и переместить на кровать.

Все международные отели обладают необходимым уровнем комфорта для людей с ограниченными возможностями. Такси используются специальные погрузки, которые облегчают колясочникам посадку в автомобиль. Для людей с ОВЗ доступен прокат инвалидных колясок, позволяющий взять инвалидное кресло в аренду.

В Китае все микроавтобусы или большие автобусы оборудованы рампой или специальным подъемником. В Китае имеются подъемники для инвалидных колясок на станциях метро. Туалеты для инвалидов-колясочников есть постоянно функционирующие везде: в торговых центрах, метро и аэропортах. В больших городах на пешеходных переходах отсутствуют высокие бордюры или препятствия для перемещения людей на колясках. Они оборудованы плавными спусками, пандусами или лифтами, что характерно для мостовых и переходов.

Каждый дом в Китае оборудован удобным входом, пандусом, а также лифтом для людей на колясках. Чем современнее дом, тем технологичнее он оборудован для людей с ограниченными возможностями. Как и в Японии, в Китае реабилитационные центры проводят обучения по таким направлениям, как: керлинг, все виды спорта в паралимпийских играх. Безбарьерная среда присутствует в гостиницах, аэропортах и на железнодорожных вокзалах: гиды, сиделки, медицинские сестры, услуги по обработке багажа и т.д.

Корейское правительство старается решать вопрос трудоустройства людей с ограниченными возможностями. В стране действует закон, согласно которому предприятия обязаны иметь в своем штате не менее 2% сотрудников с физическими недостатками. При невыполнении этого условия компании облагаются штрафами. В городах существуют специальные центры реабилитации, которые помогают людям с ограниченными возможностями пройти профессиональную подготовку, а затем помогают устроиться на работу.

У каждой станции метро в Южной Корее обычно несколько выходов на поверхность – нередко даже по 8-10, большинство из которых оборудованы лифтами. При этом стандартные спуски в метро обычно представляют из себя неширокий эскалатор и рядом широкую лестницу, оборудованную платформой для спуска инвалидов-колясочников. В поездах метро для них предусмотрены отдельные двери в вагон, в котором отсутствуют сиденья.

Основные туристические места и достопримечательности также предусматривают удобства для людей с ограниченными возможностями. Кроме того, что входные билеты для них бесплатны, все практически все входы оборудованы пандусами и туалетами, которые шире обычных, в них установлены безопасные ручки, специальные стульчаки, низкие раковины и т.д. [19]

В Корее используются специальные банкоматы, ориентированные на людей с ограниченными возможностями, отличающиеся высотой и клавиатурой.

В некоторых местах (например, на ручье Чонгечхон, в парке Сеульский лес, парке реки Ханган, в Сеульском музее искусства, в крупных универмагах, парках развлечений Лотте Ворд и Эверленд) предусмотрена аренда инвалидных колясок. Аренда бесплатная по предъявлению удостоверения личности. В парках развлечений оборудованы специальные пункты медицинской помощи, а также имеется возможность запросы бесплатной услуги сопровождения.

Большинство примеров показали, что наиболее обобщенный передовой опыт можно найти в туристических направлениях, которые приняли политику по социальным вопросам и защите прав людей с ограниченными возможностями.

При анализе различных видов опыта целью являлся отбор примеров, охватывающих такие категории, связанные с туризмом, как обучение, работа, транспорт, размещение, туроператорская и турагентская деятельность, информация для туристов,

Предложения авторов по развитию инклюзивного туризма в РФ с учетом анализа мирового опыта развития доступного туризма

1. Разработка и создание инфраструктуры для инклюзивного туризма – организация доступной среды в аэропортах, вокзалах, оборудование всех транспортных средств специальными устройствами для лиц с ОВЗ, организация специальных стоянок для маломобильных граждан, развитие автодорог, создание системы продажи билетов, адаптированной под все нозологии для лиц с ОВЗ.
2. Увеличение номерного фонда в отелях и гостиницах, адаптированных для проживания людей с ОВЗ, а также субсидии и дотации на строительство «инклюзивных» гостиниц.
3. Развитие медицинского туризма, а также развитие сетей лечебно-оздоровительных учреждений, которые будут способствовать лицам с ОВЗ укрепить здоровье, а также провести время с родными и близкими. Важно уделить внимание развитию бюджетных сетей, чтобы люди могли воспользоваться услугами гостиницы вне зависимости от уровня дохода.
4. Подготовка туроператорами инклюзивных туров по России в соответствии с возможностями туристских дестинаций.
5. Развитие системы информационного поля о туристско-экскурсионных услугах предприятий и туристических направлениях доступных для людей с ОВЗ.
6. Обучение сотрудников службы размещения обслуживанию клиентов с ограниченными возможностями и особыми требованиями.
7. Обучение доступному туризму знаниям, компетентности и навыкам для удовлетворения различных обстоятельств и потребностей клиентов.
8. Развитие системы доступности пляжей: внедрение адаптированных доступных услуг, таких как туалеты, душевые и раздевалки, посты спасателей и затененные зоны, а также услуги по оказанию помощи в купании и безопасности, использование системы аудиосвязи, позволяющая людям с нарушениями зрения плавать свободно, независимо и безопасно.

Заключение

Для разработки перспективных вопросов в секторе туризма государству на всех уровнях необходимо разрабатывать стратегические планы. Это обеспечит последовательность и определенность, необходимые для индустрии туризма, и создаст устойчивую основу, в том числе и для роста инклюзивного туризма.

См. также:

Цифровые платформы для инклюзивного бизнеса (*Сагинова О.В., Стегарева Е.В. и др.*) // Вопросы инновационной экономики. № 1 / 2022

Новые точки притяжения российских туристов в современных условиях (*Альмухамедова О.А., Ханина А.В.*) // Экономика, предпринимательство и право. № 11 / 2022

Государство должно стремиться к мобилизации инвестиций, стимулированию роста и максимизации экологической, экономической и социальной отдачи от туризма. Привлечение инвестиций в туризм является конкурентным процессом в разных странах, учитывая потенциал туризма в плане содействия экономическому развитию и потребность в

качественной инфраструктуре в сочетании с ограниченными государственными бюджетами и нехваткой инвестиционного капитала.

Переход к согласованным и всеобъемлющим подходам к разработке политики в области инклюзивного туризма поможет странам перестроить рост туризма в целях более эффективного распределения выгод, устранения неравенства и повышения устойчивости экономики.

Долгосрочные стратегии и политика, ориентированные на содействие качественной занятости и создание рабочих мест, развитие навыков, предпринимательство, инновации, эффективные инвестиции и комплексное региональное развитие, являются неотъемлемой частью достижения роста устойчивого и инклюзивного туризма – роста, который учитывает текущие и будущие экономические, социальные и экологические последствия.

Государству следует стремиться к развитию комплексной и последовательной политики в сфере инклюзивного туризма ответы, которые отражают особенности разных стран и сообществ в достижении общих целей в числе которых: обеспечение доступа потребителей к качественной, надежной и безопасной туристической деятельности, повышение производительности труда в сфере туризма, и особенно среди малых и средних предприятий, защита, управление и улучшение природных и культурных ресурсов, повышение конкурентоспособности, а также поощрение инклюзивного роста и развития внутри и между странами.

Источник: https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Международные практики оказания услуг лицам с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
2. Основные понятия, роль и значение социального туризма.
3. Субъекты, обеспечивающие возможность услуг социального туризма.

1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Социальный туризм

Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан.

3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие социального туризма	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Источники финансирования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Социальное предпринимательство	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан.

Текст лекции.

1.1. Основные понятия и виды социального туризма.

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ сказано: «туризм социальный – туризм, полностью или

частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей».[1]

Другими словами, социальный туризм – это любой вид туризма (познавательный, курортный, экологический, сельский и т.д.), расходы на который полностью или частично оплачиваются туристу из финансовых источников, предназначенных на социальные нужды.

В целом социальный туризм рассматривается как экономическая категория и в большинстве законов различных государств этот вид туризма причисляется к приоритетным. Российский закон дает социальному туризму третью степень приоритета после внутреннего и въездного направлений туризма.

Процитированная из федерального закона формулировка – пока единственная в отношении именно социального туризма. Но до сих пор в нашей стране не разработан регламентирующий документ, который бы определял механизм получения от государства полагающееся по закону вспомоществование из бюджетных средств, предусматриваемых на социальные нужды. Нет и конкретного определения, кто из туристов, на какие свои путешествия, где и когда может получить финансовую поддержку от государства на эти цели.

Главная цель социального туризма – создание условий для путешествий пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда, школьникам, молодежи и любым иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды, иные организации оказывают социальную поддержку.

На примере ряда цивилизованных стран мы видим, что социальный туризм развивается в виде «ассоциативного туризма», организаторами которого являются профессиональные союзы туристских компаний и ассоциации социального туризма. Основной задачей социального туризма стала организация дешевых поездок для людей с низкими доходами. Немалую роль в развитии социального туризма сыграли и муниципальные органы власти, создавая для этого не только экономические условия (предоставление социально ориентированному турбизнесу льгот на землю, льгот в части налогообложения и др. преференции), но и инфраструктурные, в первую очередь, ориентированные на людей с ограниченными физическими возможностями. Именно поэтому в странах Европы туризм для этой категории граждан – обыденное явление. Свои услуги в этой сфере предлагают множество турфирм, имеющих разнообразные специализированные туристские программы и экскурсии для инвалидов. Экономически выгодному развитию социального туризма способствует не наличие отдельных единичных инфраструктурных элементов, а созданная целеполагающая система, обеспечивающая доступ людей к полноценному отдыху, а значит и эффективному восстановлению физических и духовных сил.

Так, например, в Германии в целях развития культурно-познавательного туризма все места досуга обустроены с учётом потребностей маломобильных граждан. В музеях и театрах, как правило, имеются кресла-коляски, которыми могут воспользоваться инвалиды. Большое внимание «доступному» культурно-познавательному туризму уделяется и в Испании. Британские турфирмы, предлагающие социальные туры провели инспекцию в Барселоне и признали ее одним из лучших туристских направлений в мире с этой точки зрения. Недавно был создан специальный сайт «Доступный туризм», содержащий все сведения о соответствующих поездках в Каталонию. Там можно найти подробную информацию о 19 турмаршрутах, на которых созданы необходимые условия для приема инвалидов и людей пожилого возраста.

В Финляндии (регион Порвоо) находится сразу несколько малых фирм, предлагающих услуги по организации водного туризма для инвалидов на прогулочных судах, куда могут подняться люди на инвалидных креслах.

Во Франции, наибольшее распространение получила такая форма социального туризма, как сельский туризм. Ассоциация социального туризма, развивающая это направление, владеет объектами отдыха и, предлагает их за небольшую плату своим пайщикам. Недорогой отдых на природе востребован круглый год, в том числе и молодёжью.

В Австрии наибольшее развитие получил спортивно-развлекательный туризм. Горный курорт Тироль вошел в число самых приспособленных для инвалидных колясок районов Европы. Люди, нуждающиеся в специальных средствах передвижения, получили возможность не просто беспрепятственно гулять по улицам Тироля и осматривать достопримечательности, но и подниматься на определенные горные высоты и, что самое ценное, заниматься всеми, доступными для них активными видами спорта на базах отдыха. Те, кто уже опробовал новую технику, утверждают, что инфраструктура Тироля действительно стала доступной и благоприятной для всех категорий туристов.

Мировой опыт убеждает – массовость общедоступного социального туризма перекрывает его дешевизну суммарным притоком и быстрой оборачиваемостью живых денег, что увеличивает занятость населения, привлекает инвестиции в туризм непосредственно на местах, а заодно и налоговые поступления. Благодаря туризму повсюду в мире государства богатеют, поддерживая эту сферу законодательно выверенной политикой.

В современной России развитие социального туризма возможно пока только через государственное регулирование, поставив во главу угла общедоступность туризма внутри страны.

Сегодня развитие социального туризма в России и ее регионах сдерживается практически полным отсутствием правового обеспечения данной сферы. Очевидна необходимость реорганизации и совершенствования системы управления социальным туризмом, как на федеральном, так и региональном уровнях. Практически отсутствует теоретическая разработка форм предоставления социального туризма в новых экономических условиях. Теория и формы социального туризма, наработанные в рамках советской системы, устарели и не пригодны для применения в настоящей социально-экономической ситуации. Они требуют коренной переработки и осмысления для выработки методов, адекватно соответствующих новой модели общественного и государственного строя.

Практика проведения социальных туров в России и за рубежом показывает, что их организация имеет свою специфику. Особенно это выражается в работе с ограниченно дееспособными лицами, в том числе с инвалидами. Эффективность этой работы напрямую зависит от наличия и развития соответствующей инфраструктуры. Надо признать, что в России инфраструктура для организации инвалидного туризма отсутствует. Имеющиеся в некоторых общественных местах пандусы не снимают проблему дискомфортного, а чаще невозможного, перемещения людей, например, с нарушениями опорно-двигательного аппарата. В результате ущемляются конституционные права и интересы этих людей в их желании путешествовать и постигать Родину.

Другая проблема – специализированные кадры. Здесь сказался многолетний «простой» в подготовке специалистов в сфере социального туризма, что естественным образом привело к дефициту профессионального туристского опыта, как пример – обслуживание туристов и экскурсантов с дефектами зрения или слуха.

Обратившись к мировому опыту, мы видим демонстрацию примеров заботы о гражданах в удовлетворении их духовных потребностей. Люди всегда стремятся увидеть, узнать родной край, свою страну. Они хотят, чтобы это стало доступно, чтобы путешествия духовно их обогащали, радовали, наполняли яркими впечатлениями. Это – нормальная всеобщая потребность, и она должна быть социально удовлетворена. Несмотря на то, что в России социальный туризм нормативно не определен (проект закона о социальном туризме отклонен), государственная задача по созданию экономически выгодных условий для работы туроператоров по формированию и реализации общедоступных туров на внутреннем рынке остается.

Развитие социального туризма – один из наиболее мощных рычагов для создания реальной безбарьерной среды на транспорте, развития доступности во всей инфраструктуре, вовлечение инвалидов в активную социальную жизнь общества. Социальный туризм открывает доступ людям к историческим, духовным, культурным ценностям России и мира. Кроме того, развитие социального туризма ведет к развитию туризма в городе и стране в

целом, делает его привлекательным для иностранных туристов-инвалидов. Это напрямую связанно с экономическими выгодами и с повышением авторитета на международном уровне.

Источник: https://studfile.net/preview/1865342/page:2/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Основные понятия и определения туризма для людей с ОВЗ.
2. Международные практики оказания услуг в сфере туризма и гостеприимства лицам с ОВЗ
3. Правовые основы организации услуг для лиц с особыми потребностями в Российской Федерации. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»
4. Адаптация объектов социальной инфраструктуры и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности лиц с ОВЗ

1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Социальный туризм

Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Санаторно-курортное лечение для льготных категорий граждан	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Инфраструктурные и географические аспектов специализации и специализированных санкур	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями.

Текст лекции.

Льготные категории граждан, включенные в Федеральный регистр лиц, имеющих право на получение путевки на санаторно-курортное лечение (при наличии медицинских показаний) в санаторно-курортные организации, расположенные на территории Российской Федерации, получающие ежемесячную денежную выплату в Управлении Пенсионного Фонда Российской Федерации административных районов Санкт-Петербурга, могут обратиться в Санкт-Петербургское региональное отделение Фонда социального страхования Российской Федерации (территориальный орган Фонда) с заявлением о предоставлении социальной услуги.

Предоставление государственной услуги осуществляется территориальными органами Фонда по месту жительства заявителя.

Принцип предоставления

Результат предоставления

Предоставление путевки на санаторно-курортное лечение, осуществляемой в целях профилактики основных заболеваний, в санаторно-курортные организации, определенные в соответствии с законодательством РФ о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Одновременно с путевкой на санаторно-курортное лечение, выданной территориальным органом ФСС, заявителю предоставляются специальные талоны и (или) именные направления, за исключением случаев отказа заявителя от получения набора социальных услуг полностью, отказа заявителя от получения государственной услуги в части бесплатного проезда на пригородном железнодорожном транспорте, а также на междугородном транспорте к месту лечения и обратно, оформленный в виде заявления об отказе от получения набора социальных услуг (социальной услуги), подаваемого в территориальный орган Пенсионного фонда РФ в соответствии с частями 3, 4 статьи 6.3 Федерального закона от 17.07.1999 №178-ФЗ «О государственной социальной помощи».

Срок предоставления

При предоставлении заявителю путевки на санаторно-курортное лечение территориальные органы Фонда:

не позднее 10 дней с момента поступления заявления о предоставлении государственной услуги и документов, необходимых для предоставления государственной услуги, сообщают заявителю (в том числе в электронном виде, если заявление было представлено в форме электронного документа) о регистрации его заявления с указанием даты регистрации и регистрационного номера, а также уведомляют заявителя об учете заявления в электронной очереди граждан на получение санаторно-курортной путевки в информационной системе Фонда (электронная очередь) либо об отказе в предоставлении государственной услуги;

осуществляют предоставление путевки на санаторно-курортное лечение заблаговременно, не позднее чем за 18 дней (для детей-инвалидов, инвалидов с заболеваниями и последствиями травм спинного и головного мозга — за 21 день) до даты заезда в санаторно-курортную организацию.

Стоимость

Заявители

I. Получатели государственной услуги:

инвалиды войны;

участники Великой Отечественной войны;

ветераны боевых действий из числа лиц, указанных в подпунктах 1 — 4 пункта 1 статьи 3 Федерального закона от 12.01.1995 №5-ФЗ «О ветеранах»;

военнослужащие, проходившие военную службу в воинских частях, учреждениях, военно-учебных заведениях, не входивших в состав действующей армии, в период с 22 июня 1941 года по 3 сентября 1945 года не менее шести месяцев, военнослужащие, награжденные орденами или медалями СССР за службу в указанный период;

лица, награжденные знаком «Жителю блокадного Ленинграда»;

лица, работавшие в период Великой Отечественной войны на объектах противовоздушной обороны, местной противовоздушной обороны, на строительстве оборонительных сооружений, военно-морских баз, аэродромов и других военных объектов в пределах тыловых границ действующих фронтов, операционных зон действующих флотов, на прифронтовых участках железных и автомобильных дорог, а также члены экипажей судов транспортного флота, интернированных в начале Великой Отечественной войны в портах других государств;

члены семей погибших (умерших) инвалидов войны, участников Великой Отечественной войны и ветеранов боевых действий, члены семей погибших в Великой

Отечественной войне лиц из числа личного состава групп самозащиты объектовых и аварийных команд местной противовоздушной обороны, а также члены семей погибших работников госпиталей и больниц города Ленинграда;

инвалиды;

дети-инвалиды;

лица, подвергшиеся воздействию радиации вследствие катастрофы на Чернобыльской АЭС, а также вследствие ядерных испытаний на Семипалатинском полигоне, и приравненные к ним категории граждан.

II. Заявители, обращающиеся за предоставлением государственной услуги:

Лица, указанные в п. I.

Представители получателей государственной услуги.

Порядок действий

Порядок действий заявителя

Обращается в подразделение МФЦ.

Подает заявление по форме и необходимые документы.

Получив уведомление о принятом решении о предоставлении санаторно-курортной путевки по почте или в электронном виде, получает санаторно-курортную путевку.

Получает специальные талоны и именные направления.

Основания для отказа в предоставлении государственной услуги:

Обращение с заявлением лиц, не относящихся к категориям заявителей и их представителей.

Непредставление заявителем документов, указанных в уведомлении о необходимости предоставления документов, в сроки, установленные в указанном уведомлении.

При предоставлении путевки на санаторно-курортное лечение:

отказ заявителя от получения набора социальных услуг полностью, отказ заявителя от получения государственной услуги в части предоставления при наличии медицинских показаний путевки на санаторно-курортное лечение, осуществляемое в целях профилактики основных заболеваний, в санаторно-курортные организации, определенные в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, оформленный в виде заявления об отказе от получения набора социальных услуг (социальной услуги), подаваемого в территориальный орган Пенсионного фонда Российской Федерации в соответствии с частями 3, 4 статьи 6.3 Федерального закона от 17.07.1999 №178-ФЗ «О государственной социальной помощи»;

наличие ранее зарегистрированного заявления о предоставлении государственной услуги в территориальном органе Фонда, по которому путевка на санаторно-курортное лечение не была предоставлена.

Порядок действий уполномоченной организации

I. Прием и регистрация заявления и документов, необходимых для предоставления государственной услуги

Специалист подразделения МФЦ:

Устанавливает факт принадлежности предъявленного документа, удостоверяющего личность, заявителю путем сверки внешности обратившегося лица с фотографией в документе.

Проверяет комплектность документов на соответствие установленному перечню.

На заявлении проставляет отметки о дате и времени приема заявления и документов, необходимых для предоставления государственной услуги.

В случае непредставления заявителем какого-либо документа, необходимого для предоставления государственной услуги, уведомляет его об этом и сообщает, что установленный срок предоставления государственной услуги будет исчисляться со дня получения территориальным органом Фонда всех документов, необходимых для получения государственной услуги.

Проставляет на расписке о приеме документов отметку о том, что заявителю даны разъяснения о необходимости представления всех соответствующих для получения государственной услуги документов.

Оформляет и выдает заявителю расписку о приеме документов с указанием регистрационного (входящего) номера и даты приема заявления и документов, необходимых для предоставления государственной услуги, в которой указываются фамилия, инициалы, должность, ставится подпись специалиста подразделения МФЦ, принявшего документы.

Передает комплект документов в территориальное отделение Фонда.

Похожее: Вот за кого не стыдно quot Локомотив quot в матче с quot Атлетико quot заработал второе очко в ЛЧ

Должностное лицо территориального отделения Фонда, ответственное за прием документов:

Передает принятые заявление и документы, необходимые для предоставления государственной услуги, должностному лицу территориального органа Фонда, осуществляющему регистрацию корреспонденции.

Должностное лицо территориального органа Фонда, осуществляющее регистрацию корреспонденции:

Принимает, обеспечивает регистрацию полученных заявления и документов, необходимых для предоставления государственной услуги, в день их поступления в территориальный орган Фонда и передает должностному лицу территориального органа Фонда, ответственному за предоставление государственной услуги.

Информирует заявителя (по почте, на личном приеме) о регистрации его заявления с указанием даты регистрации и регистрационного номера.

II. Рассмотрение заявления и документов, необходимых для предоставления государственной услуги, учет заявления в электронной очереди, уведомление заявителя о результатах рассмотрения

Должностное лицо территориального органа Фонда, ответственное за предоставление государственной услуги:

Осуществляет проверку полноты документов, необходимых для предоставления государственной услуги, и правильности заполнения заявления.

В случае непредставления заявителем одного или нескольких документов, необходимых для предоставления государственной услуги, и (или) представления документов, оформленных с нарушением требований действующего законодательства Российской Федерации, в течение двух рабочих дней с даты регистрации поступивших документов направляет заявителю (представителю) письменное уведомление о необходимости представления документов в установленный в уведомлении срок.

В случае представления заявителем полного комплекта документов, необходимых для предоставления государственной услуги, и отсутствия оснований для отказа в предоставлении государственной услуги учитывает заявление в электронной очереди.

В случае наличия оснований для отказа в предоставлении государственной услуги оформляет решение об отказе в предоставлении государственной услуги с указанием причин отказа.

Уведомляет заявителя о предоставлении государственной услуги либо об отказе в предоставлении государственной услуги с указанием причин отказа.

Также уведомление заявителя о необходимости представления недостающего документа, об учете заявления в электронной очереди, об отказе в предоставлении государственной услуги может быть выдано в день обращения без направления заявителю указанных уведомлений по почте.

III. Выдача заявителю путевки на санаторно-курортное лечение и специальных талонов и (или) именных направлений

Должностное лицо территориального органа Фонда, ответственное за предоставление государственной услуги:

Готовит и подписывает у руководителя (заместителя руководителя) территориального органа Фонда Решение о выделении заявителю путевки на санаторно-курортное лечение.

В срок не позднее дня оформления соответствующего решения направляет уведомление об учете заявления в электронной очереди, уведомление о предоставлении государственной услуги или об отказе в предоставлении государственной услуги в подразделение в соответствии с соглашением о взаимодействии.

Специалист подразделения МФЦ:

Приглашает заявителя прибыть в подразделение МФЦ для получения уведомления об учете заявления в электронной очереди, о предоставлении государственной услуги или об отказе в предоставлении государственной услуги.

На личном приеме выдает заявителю уведомление об учете заявления в электронной очереди, о предоставлении государственной услуги или об отказе в предоставлении государственной услуги, полученное от территориального органа Фонда, на бумажном носителе.

Документы

Документы, представляемые заявителем

I. Обязательные к представлению документы:

Заявление о предоставлении государственной услуги форме.

Документ, удостоверяющий личность.

Справка для получения путевки на санаторно-курортное лечение по форме №070/у, утвержденной приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 15.12.2014 №834н «Об утверждении унифицированных форм медицинской документации, используемых в медицинских организациях, оказывающих медицинскую помощь в амбулаторных условиях, и порядков по их заполнению».

II. Дополнительные документы (в случае обращения представителя заявителя):

Документ, удостоверяющий личность представителя.

Документ, удостоверяющий полномочия представителя.

Основание для отказа в приеме документов — признание недействительности электронной подписи в порядке, установленном Федеральным законом от 06.04.2011 №63-ФЗ «Об электронной подписи», выявленное в результате ее проверки.

Источник: https://imccenter.ru/obespecheniye-sanatorno-kurortnym-lecheniyem-otdel-nykh-kategoriy-grazhdan

Основание

Закон от 17.07.1999г. № 178-ФЗ

Федеральный закон от 17.07.1999 N 178-ФЗ (ред. от 01.07.2021)

Постановление от 26.01.2011г. № 61/2

Постановление Правительства МО от 26.01.2011 N 61/2 (ред. от 28.06.2022) "Об оказании государственной социальной помощи в виде набора социальных услуг, включающего предоставление при наличии медицинских показаний путевок на санаторно курортное лечение и бесплатный проезд на междугородном транспорте к месту лечения и обратно" (вместе с "Порядком предоставления отдельным категориям граждан, имеющим место жительства в Московской области, путевок на санаторно-курортное лечение и бесплатного проезда на междугородном транспорте к месту лечения и обратно")

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Социальные туры и их отличительные особенности.
2. Система социального туризма в России.
3. Понятие санаторно-курортной помощи, как вида медицинского и сервисного обслуживания населения.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме

Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг

3. Цели занятия.

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Инвалидность по нозологиям	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Особенности обслуживания туристов с ОВЗ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Здоровье – состояние полного физического, психического, социального благополучия людей, а не только наличие или отсутствие болезней или дефектов.
2. Показатели здоровья: демографический, физическое развитие, заболеваемость, инвалидность.

3. Факторы, влияющие на показатели здоровья: социальные, природно-климатические, генетические, здравоохранение

1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме

Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями

3. Цели занятия.

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.

2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.

4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.

5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Инклюзивный туризм	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Государственное регулирование сферы инклюзивного туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Этика общения с инвалидами.
2. Понятие комфортных условий для путешествий туристов-инвалидов.
3. Ситуация с инклюзией за рубежом и в России.
4. Санаторно-курортные услуги для клиентов с особыми потребностями

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

1. Всемирная программа действий в отношении инвалидов. Основные принципы Конвенции ООН о правах инвалидов.

2. Законодательно-нормативная база, регламентирующая оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению в сфере гостеприимства и туризма
3. Основы этики общения с инвалидами
4. Правила этикета при общении с инвалидами
5. Методы взаимодействия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов
6. Международные практики оказания услуг в сфере туризма и гостеприимства лицам с ОВЗ
7. Правовые основы организации услуг для лиц с особыми потребностями в Российской Федерации. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»
8. Адаптация объектов социальной инфраструктуры и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности лиц с ОВЗ
9. Обзор общих практик работы с лицами ОВЗ.
10. Понятие туротерапия. Особенности участия лиц с ОВЗ в туристских мероприятиях.
11. Социальные туры и их отличительные особенности.
12. Система социального туризма в России.
13. Социально-психологические проблемы туристов с ограниченными возможностями при подготовке туристических мероприятий и пути их решения.
14. Специфические особенности подготовки туристических мероприятий с участием лиц с ограниченными возможностями и обеспечение безопасности.
15. Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ.
16. Культура сервиса и морально-нравственный характер общения людей.
17. Особенности организации и финансирования социального туризма.
18. Виды социального туризма. Организация финансирования социального туризма.
19. Подходы к санаторно-курортному лечению. Социальное страхование.
20. Психолого-когнитивные практики как здоровьесберегающие технологии. Творчество в практике работы с лицами с ОВЗ.
21. Менеджмент безопасности в адаптивной физической культуре, спорте и туризме лиц с отклонениями в состоянии здоровья.
22. Основные факторы риска при возникновении чрезвычайных ситуаций у различных категорий лиц с нарушениями в состоянии здоровья.
23. Обеспечение безопасности туристской деятельности лиц с отклонениями в состоянии здоровья.
24. Предупреждение и преодоление конфликтных ситуаций в обслуживании туристов из числа лиц с ОВЗ.
25. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов (СКРИ).

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. Перечислите нозологические группы по ОВЗ:

a) хронические соматические инфекционные заболевания;

b) слуховые нарушения;

c) зрительные нарушения;

d) речевые нарушения;

e) интеллектуальные нарушения;

f) расстройства эмоционально-волевой сферы;

g) нарушения опорно-двигательной сферы, со сложными нарушениями

2.Что необходимо для ориентации и передвижения в пространстве людям с нарушением опорно-двигательного аппарата.

Вычеркните лишнее.

a) Специальное парковочное место шириной 3,5м.;

b) Специальное парковочное место шириной 4,0м.;

c) Пандус (уклон не более1:10; ширина не менее 0,9);

d) Пандус (уклон не более1:0,8; ширина не менее 1,0);

e) Поручни двойные высотой 0,7 и 0,9 параллельны поверхности пандуса
3. Основные функции адаптивного туризма для лиц с отклонениями в состоянии здоровья?
Выберите один ответ:
a. лечебно-восстановительная, социализирующая, гуманистическая
b. гедонистическая, творческая, коммуникативная
c. развлекательная, преобразовательная, спортивная
d. спортивная, оздоровительная, ценностная

1. Спортивно – оздоровительный и краеведческий туризм — это?
Выберите один ответ:
a. спортивное мероприятие в искусственной природной среде, связанное с преодолением различных препятствий в дикой природе по определённому маршруту
b. самостоятельная сфера, реализующая потребности личности через экстримальные ситуации
c. самостоятельная и социально – ориентированная сфера, образ жизни значительной прослойки общества, эффективное средство духовного и физического развития личности, воспитания бережного отношения к природе, взаимопонимания и взаимоуважения между народами и нациями
d. путешествие в естественной среде, связанное с преодолением различных природных препятствий
2. Что не относится к формам реагирования в экстремальных ситуациях?
Выберите один ответ:
a. повышение эффективности действий
b. резкое торможение активных действий
c. смех
d. резкое понижение организованности
3. Алгоритм подготовки туристического мероприятия для лиц с отклонениями в состоянии здоровья:
Выберите один ответ:
a. Выбор организационной формы мероприятия в соответствии с возможностями контингента, работа с контингентом, анализ имеющихся возможностей: волонтеры, снаряжение, транспорт и т.п., определение ответственных за решение организационных вопросов, подготовка документации.
b. Разработка Положения о мероприятии, выбор организационной формы мероприятия в соответствии с возможностями контингента, выбор цели и задач, анализ имеющихся возможностей: волонтеры, снаряжение, транспорт и т.п., определение ответственных за решение организационных вопросов, подготовка документации, анализ эффективности подготовительных действий и их коррекция.
c. Выбор цели и задач, выбор организационной формы мероприятия в соответствии с возможностями контингента и нозологической группы, анализ имеющихся возможностей: волонтеры, снаряжение, транспорт и т.п., определение ответственных за решение организационных вопросов, подготовка документации, работа с контингентом, анализ эффективности подготовительных действий и их коррекция.
d. Выбор цели и задач, подготовка контингента, анализ имеющихся возможностей: волонтеры, снаряжение, транспорт и т.п., определение ответственных за решение организационных вопросов, подготовка Положения о мероприятии.
4. Что не относится к главным задачам врачебно – педагогических наблюдений?
Выберите один ответ:
a. повышение мышечного тонуса и общего состояния
b. медико – физиологическая оценка организации и методики проведения тренировок с целью соответствия предъявляемых физических нагрузок состоянию здоровья и физической подготовленности туристов

c. санитарно – гигиеническая оценка и коррекция условий питания, размещения, отдыха и тренировочных занятий туристов
d. назначение и проведение профилактических и лечебных мероприятий и процедур во время тренировок, в походах и после них
5. Что не относится к главным задачам врачебно – педагогических наблюдений?
Выберите один ответ:
a. повышение мышечного тонуса и общего состояния
b. медико – физиологическая оценка организации и методики проведения тренировок с целью соответствия предъявляемых физических нагрузок состоянию здоровья и физической подготовленности туристов
c. санитарно – гигиеническая оценка и коррекция условий питания, размещения, отдыха и тренировочных занятий туристов
d. назначение и проведение профилактических и лечебных мероприятий и процедур во время тренировок, в походах и после них

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Социальный туризм

Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан.

3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие социального туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Источники финансирования	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Социальное предпринимательство	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Кадровое обеспечение социального туризма
2. Категории потребителей санаторно-курортных услуг
3. Основы этики общения с лицами, имеющими особые потребности
4. Правила этикета при общении с инвалидами

1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Социальный туризм

Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

3. Цели занятия.

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Санаторно-курортное лечение для льготных категорий граждан	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Инфраструктурные и географические аспектов специализации и специализированных санкур	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Методы взаимодействия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов
2. Понятие туротерапия. Особенности участия лиц с ОВЗ в туристских мероприятиях.
3. Социально-психологические проблемы туристов с ограниченными возможностями при подготовке туристических мероприятий и пути их решения.
4. Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: кейс-задание.
Содержание кейс-задания.
Провести обследование объекта по степени приспособленности для инвалидов объектов городской инфраструктуры, заполнить анкету доступности для инвалидов общественных зданий. На основании заполненной анкеты доступности с использование формируется паспорт доступности объекта. Итогом выполнения кейс-задания является – разработка рекомендаций для администрации объекта (собственников, правообладателей) по повышению комфортности пребывания лиц с ОВЗ при посещении объекта (получении услуги). В качестве объекта выступает:

1. Санаторно-курортный комплекс
2. Санаторий
3. Профилакторий

В ходе обследования определяются:

- соответствие параметров элементов объекта и функциональных зон, обеспечивающих условия его доступности и предоставляемых услуг для инвалидов всех категорий условиям доступности, в том числе при оказании помощи инвалиду сотрудниками объекта или сопровождающим;
- рекомендации по адаптации основных функциональных зон объекта с последующим занесением этих данных в паспорт доступности объекта;
- разрабатывается план мероприятий по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и услуг (дорожная карта).

Кроме того, определяется порядок сопровождения инвалидов с тяжелыми ограничениями в передвижении и ориентации и оказания им помощи в преодолении препятствий для обеспечения получения услуги (услуг) и помощи в чрезвычайных ситуациях. В соответствии с установленным порядком сопровождения вносятся изменения в административный регламент в части организации работы по обеспечению доступности услуг, сопровождению инвалидов и оказанию им необходимой помощи в преодолении препятствий; в должностные инструкции лиц, назначенных за ответственными за организацию работы по обеспечению доступности объектов и услуг, за сопровождение инвалидов и оказание им необходимой помощи.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1.Что в первую очередь необходимо учитывать при организации туристического лагеря, оздоровительной направленности для лиц с поражением опорно-двигательного аппарата (колясочники)?

2.Выберите один ответ:

a. санитарно – гигиеническую обстановку местности,

b. доступность среды,

c. назначения лечащего врача,

d. спортивные навыки контингента

Какой вид туризма нельзя выделить, в зависимости от возрастной категории туристов?

Выберите один ответ:

a. молодёжный

b. детский

c. лиц четвёртого возраста

d. лиц среднего возраста

3. Формы организации туристических мероприятий на природе для лиц с отклонениями в состоянии здоровья:

Выберите один ответ:

a. многодневный поход спортивной физкультурно-спортивной направленности, туристический слет,

b. сплав по реке, многодневный поход спортивной направленности, туристический слет,

c. поход выходного дня, многодневный поход рекреационной направленности, оздоровительный туристический лагерь,

d. оздоровительный семинар, туристический слет, многодневный поход спортивной направленности

4. Для удобства пребывания и передвижения инвалидов вокзалы должны быть оборудованы:

Выберите один ответ:

a. пандусами;

b. грузопассажирскими лифтами для инвалидов в коляске с сопровождающими лицами;

c. местами для инвалидных колясок в зале ожидания; специальными столиками в буфетах, кафе, ресторанах, с учетом размера колясок;

d специальными кабинами в общественных туалетах;

e. всем.

5.Что из перечисленного ниже относится к правилу работы с людьми, испытывающим затруднения в речи?

Выберите один ответ:

a. понимайте, что затруднение в речи — чаще всего показатель низкого уровня интеллекта;

b. человек, испытывающий затруднения в речи, скорее всего, плохо вас понимает;

c. постарайтесь поменьше общаться с людьми, которым трудно говорить, потому что вам будет трудно их понять;
d. старайтесь задавать вопросы, которые требуют коротких ответов или кивков.
1.Каким документом установлены права инвалидов во всем мире:
Выберите один ответ:
a. Конституция РФ;
b. Конвенция о правах инвалидов;
c. Всеобщая декларация прав человека.
2. Разумное приспособление:
Выберите один ответ:
a. это обязанность предоставлять инвалидам возможность пользоваться на вокзалах залом повышенной комфортности для официальных делегаций;
b. это обязанность приспособить для инвалидов с учетом имеющихся у них ограничений жизнедеятельности помещения организации путем оборудования их пандусами, широкими дверными проемами, надписями шрифтом Брайля, и т.п.;
c. это обязанность для обеспечения доступности инвалидов полностью реконструировать здание XVI в., которое является памятником архитектуры.
3. Инвалидом в российском правовом поле считают в соответствие с Федеральным законом «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» от 24.11.1995 №181-ФЗ:
Выберите один ответ:
a. лицо, у которого выявлено тяжелое заболевание;
b. лицо, которое имеет определенные проблемы жизнедеятельности;
c. лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты.
4. Что из перечисленного не входит в содержание критерия доступности для инвалидов зданий и сооружений через изложение ряда соответствующих ему требований (п. 5.2 Свода правил по проектированию и строительству СП 31-102-99):
Выберите один ответ:
a. возможность избежать травм, ранений, увечий, излишней усталости и т. п. из-за свойств архитектурной среды зданий;
b. возможности беспрепятственно достигнуть места обслуживания и воспользоваться предоставленным обслуживанием;
c. беспрепятственного движения по коммуникационным путям, помещениям и пространствам;
d. возможности своевременно воспользоваться местами отдыха, ожидания и сопутствующего обслуживания.
5. В аэропорту инвалидам предоставляются следующие бесплатные услуги:
Выберите один ответ:
a. сопровождение и помощь при перемещении по территории аэропорта;
b. горячее питание в период ожидания посадки на самолет;
c. услуги интернет-кафе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья	
Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства	Виды нарушений функций организма, приводящие к инвалидности, и вызываемые ими ограничения способности осуществлять социально-бытовую деятельность. Понятие «инвалидность», категории, классификации по нозологии. Эволюция отношения государства и общества к лицам с ОВЗ. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Этика общения с инвалидами. Действия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению. Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях.
Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ	Международные практики оказания услуг лицам с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства. Основные понятия, роль и значение инклюзивного туризма. Субъекты, обеспечивающие возможность услуг

	инклюзивного туризма. Понятие комфортных условий для путешествий туристов-инвалидов.
РАЗДЕЛ 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства	
Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве	Понятие доступной среды. Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Виды доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды.
Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма	Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства. Технические средства обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Обеспечение доступности для лиц с ОВЗ пользования транспортом, услугами предприятий и организаций в сфере туризма и гостеприимства, услугами объектов общественного питания. Паспорт доступности.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх

отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и

оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Ситуация с инклюзией за рубежом и в России.
2. Лица с нарушениями слуха. Жестовая и дактильная речь людей с нарушением слуха, особенности, правовые аспекты и этикет общения через переводчика.
3. Особенности письменной речи глухих и слабослышащих; дактильная речь слепоглухих.
4. Лица с нарушениями зрения. Использование тифлосредств при письменной коммуникации и коммуникации через интернет людьми с нарушением зрения.
5. Особенности устной речи при дизартрии у лиц с ДЦП и другими неврологическими заболеваниями.

Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ

Вопросы для самоподготовки:

1. Лица с нарушениями речи. Особенности устной речи при наличии трахеостомы.
2. Оказание услуг лицам с задержкой психического развития, лица с умственной отсталостью, лицам со сложными нарушениями развития, лицам с ранним детским аутизмом, лицам с синдромом дефицита внимания и гиперактивностью.
3. Качество лиц с особыми потребностями.
4. Содержание здоровьесберегающих технологий.
5. Основные понятия адаптации и реабилитации как технологий здоровьясбережения.
6. Рекреационные услуги для лиц с ОВЗ.
7. Природа как основа туристско-рекреационных услуг с ОВЗ.
8. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов.

Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве

Вопросы для самоподготовки:

1. Доступная информационная среда
2. Средства и технологии обеспечения доступности информации для людей с сенсорными нарушениями.
3. Средства и технологии обеспечения доступности информации для людей с сенсорными нарушениями.

4. История и современность туризма для лиц третьего возраста.

5. Правовые основы организации услуг для лиц с особыми потребностями в Российской Федерации.

Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризмаРаздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме

Вопросы для самоподготовки:

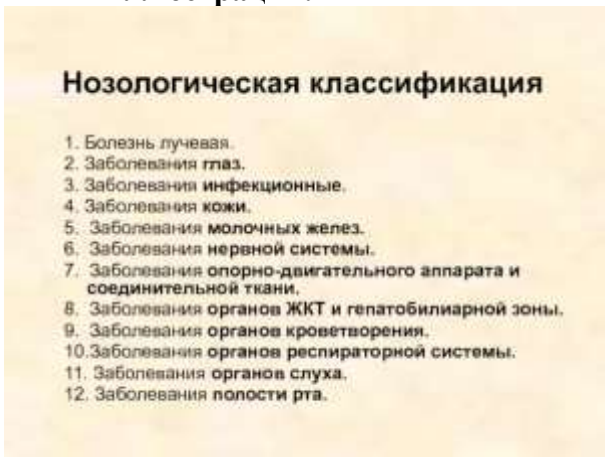
1. Комплексная оценка и проектирование пространств туристских центров на основе принципов безбарьерного туризма.
2. Инновационные технологии, оборудование для организации путешествий для лиц с ОВЗ.
3. Подготовка специалистов для работы в туризме и гостеприимстве в сегменте лиц с особыми потребностями
4. Нормы и правила установки знаков доступности.
5. Международный опыт организации путешествий и событий для лиц с ОВЗ.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства

Иллюстрации:



Источник: https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg



Источник: https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/4/4B9XiLJZV8M5aRojP6fdEYHGIvekwQg7lAzCpx/slide-3.jpg



Источник: https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg



Рис. Запрещающий знак для передвижения инвалидов на коляске. *Источник: https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient_osobymi_potrebnostyami_turistskih_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455*

Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ
Иллюстрации:

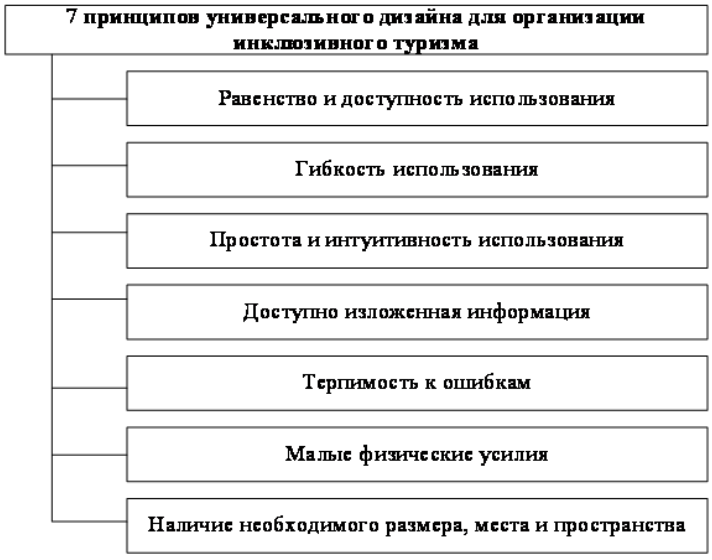


Рис.1. Принципы универсального дизайна в инклюзивном туризме *Источник: https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120*

Сводная таблица качества жизни для людей с ограниченными возможностями здоровья за рубежом [13]

Наименование страны	Доля лиц с ОВЗ	Характеристика
Финляндия	32,2 % [21]	1. Оборудование элементами доступной среды более 70% зданий и сооружений; 2. Обслуживание, реконструкция жилья для лиц с ОВЗ, переселение в дома, предназначенные для маломобильных групп; 3. Определение на законодательном уровне о необходимости проектирования зданий с элементами доступной среды; 4. Оснащение беспрепятственным доступом к социально-культурным объектам показа; 5. Организация движения, перевозка лиц с ОВЗ, бесплатный общественный транспорт.
Германия	23 % [10]	1. Адаптация 70% транспортной сети для инвалидов-колясочников; 2. Оборудование жилых домов элементами доступности (планировка, лифты, коридоры); 3. Оборудование элементами доступности мест досуга и отдыха; 4. Адаптированы туристические маршруты, пляжи для передвижения на колясках.
Великобритания	27,2 % [21]	1. Проектирование и строительство частных жилых домов с учетом требований доступности для лиц с ОВЗ с 2000г. 2. Запрещено отказывать в облуживании лицам с ОВЗ.
Израиль	9 % [11]	1. Определение на законодательном уровне с 2005г. о необходимости оборудования учреждений и мест общественного пользования специальными приспособлениями и элементами доступной среды.

Источник: https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120

Меры поддержки граждан с ограниченными возможностями [13]

Наименование страны	**Субсидии**	**Дотации**
Франция	Субсидирование 6% рабочих мест на предприятиях, содействие самозанятости, предоставление социальное жилья в арендной форме.	Улучшение жилищных условий, модернизация рабочих мест, техническое обслуживание, заработная плата
Финляндия	Профессиональная реабилитация, переподготовка кадров, содействие занятости и профессиональному развитию для лиц с ОВЗ, жилье распространяются на постоянное арендное или собственное жилье, а также жилье с правом проживания.	Оплата жилья, оказание социальной помощи для лиц с ОВЗ.
Германия	Федеральная программа занятости предусматривает квоты как лиц с ОВЗ, так и субсидии работодателям их трудоустраивающих.	Религиозные общины и церкви, содержащие дома для лиц с ОВЗ

Израиль	Пребывание в специальных центрах от социальных служб.	Приобретение жилья, транспортных средств, среднее специальное образование
Великобритания	Оплата ЖКХ, квотирование и резервирование рабочих мест для лиц с ОВЗ, компенсация налогов, уплаченных работодателем за маломобильных лиц.	Оборудование, приобретение транспортного средства.

Источник: https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120

Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве

Иллюстрации:



https://dsprus.ru/upload/medialibrary/%D0%94%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D0%B8%D0%BD%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B4%D0%BE%D0%B2.jpg



Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма

Иллюстрации:



https://i.ytimg.com/vi/LGguW9Ue0fw/maxresdefault.jpg

Паспорт доступности объекта социальной инфраструктуры

Основные зоны на объекте				
Входная группа и пути движения к зоне оказания услуг	Доступно	Доступно	Доступно	Доступно условно
Зона оказания услуг	Доступно	Доступно	Доступно условно	Доступно условно
Санитарно-гигиеническое помещение	Доступно условно	Доступно	Доступно	Доступно условно

* Доступно условно - требуется помощь сотрудника

Источник:
https://yandex.ru/images/search?pos=3&from=tabbar&img_url=http%3A%2F%2Fcnkid.ru%2Fnovosti%2Finv_pic.jpg&text=%D0%BF%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82+%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8&rpt=simage&lr=10740

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по

заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное.

Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Инвалидность по нозологиям	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Особенности обслуживания туристов с ОВЗ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства

Текст лекции.

Нозологические группы инвалидности

Инвалидность, если исходить из разнообразия нарушений физического или психического здоровья, понятие довольно объемное. Описать особенности людей с ограниченными возможностями, не используя специальной классификации, весьма сложно. Поэтому для организации помощи, адаптации и реабилитации (медицинской и социальной) принято разделять таких пациентов на определенные категории, называющиеся нозологические группы инвалидов (НГИ).

Понятие нозологической группы инвалидности

НГИ подразумевает под собой классификацию, согласно которой люди с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) подразделяются на категории, характеризующие их отклонение. Понятие состоит из двух слов, то есть это производное от «нозология» или наука о болезнях (в переводе с древнегреческого νόσος «болезнь» + λόγος «учение, слово») и инвалид (от латинского in – «не» + validus – «сильный»).

Под термином инвалидность подразумевается состояние человека, характеризующееся физическими, психическими, интеллектуальными или сенсорными отклонениями, ведущими к нарушению либо ограничению его жизнедеятельности. Нозология, в свою очередь, полностью описывает заболевание – его отличие от здоровья, причины и механизмы возникновения, особенности типичных проявлений и поражения органов, а также выздоровления и смерти.

Из всего вышеописанного следует, что нозологическая группа инвалидов – это совокупность людей, имеющих схожие признаки патологии или родственные заболевания. Кроме того, при работе с такими пациентами обязательно следует учитывать и классификацию инвалидности по тяжести проявлений, что является важным при разработке терапевтических и социально-адаптивных мероприятий для них.

В медицинской практике людей с ОВЗ принято разделять на 2 основные группы и 3, отличающиеся по степени выраженности присутствующей симптоматики. Так, к первым двум относятся врожденная инвалидность, причиной которой стало аномальное развитие плода в утробе матери либо родовая травма, и приобретенная – возникшая после рождения на фоне повреждения или заболевания.

ВТЭК или врачебно-трудовая экспертная комиссия у взрослых выделяет 3 следующие группы:

1-я – устанавливается больным, абсолютно утратившим трудоспособность, и нуждающимся в постоянном уходе;

2-я – присваивается пациентам с менее тяжелым состоянием, способных себя обслуживать, но не имеющих возможности осуществлять трудовую деятельность в стандартных производственных условиях;

3-я – устанавливается людям, которые в состоянии работать в обычных производственных условиях в их облегченном варианте.

Ограничения функциональности инвалидов принято разделять по категориям, связанным с отклонениями деятельности той или иной системы. К ним относятся нарушения:

двигательной (статодинамической) функции;

сенсорной – зрения, обоняния, слуха, осязания;

психической – мышления, восприятия, памяти, внимания, речи, воли и эмоций;

кровообращения, дыхания, выделения, обменных процессов, пищеварения и внутренней секреции.

Важно! Все особенности и разграничения инвалидности следует учитывать как для взрослых при трудовой или адаптивной деятельности, так и для детей при обучении или социализации, чтобы не привести в будущем к усугублению состояния.

Данное разделение инвалидов на различные группы является одним из самых емких и потому обширных. Благодаря ему, врач, увидев такую пометку в любом бланке, может получить приблизительную картину состояния пациента на текущий момент.

Нарушение зрения

Эта патология относится к сенсорным отклонениям, и является одной из основных разновидностей заболеваний, способных стать причиной получения группы инвалидности. По степени нарушения зрения выделяют несколько категорий пациентов:

Слепые – больные с абсолютной потерей зрительных ощущений либо люди со светоощущением, то есть они неспособны видеть очертания объектов, а имеют возможность различать лишь присутствие света. Такая группа пациентов, в свою очередь, классифицируется на две степени: 1 – полная утрата зрительной функции и 2 – практическая слепота со светоощущением, и способностью видеть силуэты объектов.

Слабовидящие – инвалиды, которым качество зрения дает возможность различать объекты, но при этом нечетко видеть их контуры.

Инвалидная трость

Потеря зрения оказывает негативное влияние на большинство функций организма

Снижение качества зрения, в большинстве случаев сопровождается нарушением формирования пространственных образов, осуществления саморегуляции и самоконтроля, а также ухудшением точности движений тела и его координации. Кроме этого, отмечается изменение осанки, появление плоскостопия, и нередко слабость дыхательных мышц.

Сопутствующими патологиями при нарушении зрения, как правило, являются неврозы, болезни органов сердечно-сосудистой и дыхательной системы, и расстройства метаболических процессов. И также может наблюдаться снижение слуха, общее недоразвитие речевой функции, быстрая утомляемость, ДЦП (детский церебральный паралич) и иногда ММД (минимальная мозговая дисфункция).

Факт! И. М. Сеченов утверждал, что двигательная согласованность рук и глаз человека формируется в детстве. «Рука выполняет функцию хватательного орудия, и при отсутствии зрительного руководства таким орудием служить не может».

Патологии слуха

Инвалидность по слухуИнвалидность при тугоухости

Инвалиды со снижением качества слуха бывают: глухие (полная утрата слуховой функции) и слабослышащие. Глухие лишенные речи – это пациенты с врожденным отсутствием данного сенсора либо утратившие его в раннем детстве.

К глухим, но при этом имеющим речь в определенной степени, относятся пациенты, потерявшие слух в более позднем возрасте. Вследствие врожденной утраты слухового сенсора довольно часто развиваются патологические изменения функционирования вестибулярного аппарата, пространственной ориентации, ухудшается осанка. Кроме этого, формируется глухонемота и задержка в развитии способности к прямостоянию.

На фоне подобных нарушений, как вторичные патологии отмечаются психические отклонения – отставание функции мышления, проблемы с общением, скудность эмоций и плохая память. Слабослышащие, или люди с частичной утратой слуховой возможности, но при этом сохранившие речь, не испытывают трудностей, связанных со снижением умственных способностей.

Нарушение интеллекта

В основе признаков данной группы лежит недоразвитие различных аспектов психической функции: познавательных процессов, потребностно-мотивационной, эмоционально-волевой сферы и т. д. Ведущая роль в отклонениях психики отводится задержке развития познавательной способности, типичной характеристикой которой считается умственная отсталость.

Интеллектуальная отсталость – это неполноценное формирование психических процессов либо их задержка, что в основном проявляется снижением способностей, характерных для определенного периода созревания. К ним относятся социальные, когнитивные, речевые и моторные способности, которые в результате составляют базовый фундамент личности, и дают возможность для дальнейшего развития.

У человека с патологическими отклонениями умственного развития практически всегда наблюдается расстройство познавательной активности. Снижается скорость и интенсивность нервных процессов, качество высших психических функций, а также нарушается аналитико-синтетическая деятельность. На фоне данных отклонений нередко формируется дисплазия (патологическое изменение клеток).

Начинаются проблемы с костной тканью, осанкой, развивается деформация скелета, стоп, что, в общем, характеризуется как физическая дисгармоничность сопровождающаяся нарушением координации движений. Кроме этого, у таких пациентов отмечаются прочие сенсорные аномалии, заболевания внутренних органов, врожденные пороки сердца и эндокринные патологии.

У детей с умеренной формой умственной отсталости в 90–100% наблюдается моторная недостаточность, страдает темп, точность и согласованность движений. Они неуклюжи, медлительны, и имеют недостаточно сформированные механизмы бросков, бега и прыжков.

Причины нарушения звукопроизношения

Изменения со стороны опорно-двигательного аппарата (ОДА)

Заболевания ОДА, способных привести к получению группы инвалидности, подразделяют на три вида:

Патологии нервной системы – полиомиелит, ДЦП.

Врожденные аномалии – вывих бедра, кривошея, артрогрипоз (врожденное уродство). Деформации и дефекты верхних и нижних конечностей – косолапость, аномалии развития пальцев стопы и кисти.

Приобретенные болезни и повреждения – патологические изменения в результате травмы головного или спинного мозга, рук, ног, патологии конечностей, полиартрит, системные болезни скелета.

У пациентов с группой инвалидности по нарушению функционирования ОДА ведущим является дефект данной системы – недоразвитие, патология либо потеря тех или иных двигательных способностей. При заболеваниях ОДА церебрального происхождения, происходит снижение опороспособности, нарушение равновесия, координации, ориентировки в пространстве, вертикальной позы, макро- и микромоторики.

Зачастую диагностируется остеохондроз, остеопороз, контрактуры, мышечная гипотрофия и дисгармоничность физического развития. Кроме этого, присоединяются заболевания дыхательной и сердечно-сосудистой системы, а также патологии внутренних органов. Нередко отмечается снижение качества зрения, слуха и интеллекта, что в результате ведет к низкой работоспособности.

При патологиях ОДА спинального происхождения диагностируется частичная либо абсолютная потеря чувствительности, движений, расстройство функционирования органов таза. Развиваются вегетативные дисфункции, образуются пролежни. Достаточно часто возникает остеопороз.

При поражении верхнего отдела (шейного) наблюдаются дыхательные и ортостатические нарушения. Развитие вялого паралича сопровождается мышечной атрофией, спастического – снижением подвижности суставов, появлением контрактур, повышением мышечного тонуса.

При патологиях ОДА в результате врожденных пороков либо ампутации утрачивается нормальная опороспособность и ходьба (при потере ног), осанка, координация движений, а также способность поддержания вертикальной позы. Зачастую при таких изменениях отмечается уменьшение сосудистого русла и массы тела.

В целом данные патологии сопровождаются дегенеративными изменениями костной и нервно-мышечной ткани, расстройством регуляторных механизмов, контрактур. Возникают дисфункции дыхания, кровообращения, пищеварения обменных процессов, в результате чего снижается работоспособность. Кроме всего вышеперечисленного, нередко присутствуют фантомные боли, доставляющие значительный дискомфорт пациентам.

Одним из видов поражения ОДА, ведущих к инвалидности являются насильственные движения или непроизвольные двигательные реакции (к примеру, тремор верхних конечностей). Они создают большие помехи для выполнения произвольных движений, и затрудняют овладение многими навыками двигательного аппарата.

Инвалид на работе

Читайте также:

Степени ограничения при инвалидности 3 группы

Нарушение речи

Речь – одна из самых важных социальных функций человека, осуществление которой обусловлено слаженной деятельностью головного мозга и множеством периферических нервов лица. В ее обеспечении, а также осуществлении чтения и письма, задействованы четыре анализатора: зрительный, слуховой, кинестетический и двигательный.

Для этого сложного процесса очень важна сохранность работоспособности всех участвующих мышц (гортани, челюстей, языка, неба), а также состояние рта, глотки и придаточных пазух носа, так называемых резонаторных полостей. Не менее значимым является координация дыхания и возможность качественного произношения.

Речевые механизмы являются сложной и многоуровневой организацией, и изменение на любом участке данной цепи может привести к утрате либо снижению качества функции. Факторы, обуславливающие речевые аномалии, могут быть следующими:

наследственная предрасположенность;

генетические изменения;

внутриутробная патология;

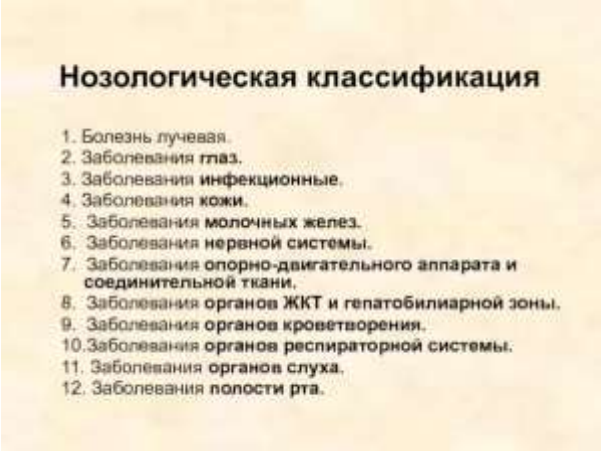
неблагоприятное родоразрешение;

заболевания первых лет жизни.

Речь может нарушаться как устная, так и письменная, причем сопровождаться подобные изменения могут патологиями зрения, слуха, интеллекта или ОДА. В зависимости от присутствующих сочетаний нередко возникают характерные виды общего недоразвития индивида. Присутствие различных форм речевых нарушений дает возможность сделать вывод об умственной отсталости человека.

Разнообразие и сочетание патологий, ведущих к инвалидности, к сожалению, очень велико, но благодаря данной классификации специалистам ВТЭК и другим врачам гораздо проще выделять основное заболевание у того или иного пациента. Это позволяет найти более быстрый и доступный способ организации медицинской помощи таким больным, а также их реабилитации и адаптации к повседневной

Источник: https://invalidu.c om/raznoe/nozologicheskie-gruppy-invalidnosti?ysclid=lh2htzoof2315235330



Источник: https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg



Источник: https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/4/4B9XiLJZV8M5aRojP6fdEYHGIvekwQg7lAzCpx/slide-3.jpg



Источник: https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg

Клиент с особыми потребностями в туристских услугах

«Иногда совесть не велит нам делать то, что разрешает закон».

Сенека,

римский философ-стоик

Цель параграфа — изучить потребности отдельных групп потребителей туристских услуг, влияющих на характер социального взаимодействия в туристском обслуживании.

Задачи параграфа:

- 1) изучить клиентов имеющих особые потребности в туристских услугах в связи с психосоматическими и физическими нарушениями;
- 2) рассмотреть ключевые потребности разных групп потребителей туристских услуг, включая инвалидов;
- 3) определить понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах»;
- 4) обеспечить контроль достигнутых результатов при помощи вопросов проверочного характера;
- 5) определить возможность расширения и углубления знаний по изучаемой тематике.

Дефиниции и примеры из практики туризма и гостеприимства

При изучении потребностей отдельных групп потребителей туристских услуг, могут возникать проблемы взаимодействия с лицами имеющими ограничением жизнедеятельности (инвалидами) и в ряде случаев создаются условия, при которых туристская услуга остается недосягаемой.

Нарушения психосоматических функций, таких как психические, сенсорные, статодинамической функции, функции кровообращения, дыхания, пищеварения, выделения, обмена веществ и энергии, внутренней секреции приводят к ограничению жизнедеятельности,

неспособности индивидуумом потреблять отдельные виды услуг, выполнять социальные функции, которые ему предписаны его социальным статусом.

Устранить препятствия, связанные с психосоматическими проблемами, или адаптировать к ним туриста можно путем создания условий обеспечивающих адекватное функционирование его органов и систем. Для обеспечения процесса потребления туристских услуг следует своевременно предусмотреть возможность проявления психосоматических нарушений, определить специфику предполагаемой услуги и обеспечить соответствующими условиями туристскую дестинацию, включая наличие специально подготовленных работников сферы обслуживания. Психосоматические ограничения могут быть во многом нивелированы, если в туристский продукт будет включено медико-психологическое обеспечение туристской услуги для своевременной коррекции психофизиологического статуса туриста.

Туризм как современный социальный институт не может игнорировать проблему инвалидности и не решать вопросы, связанные с предоставлением туристских услуг многочисленной категории населения. В условиях возрастания числа инвалидов разработка стратегии развития туристской отрасли, направленной на обеспечение действительного равенства возможностей предоставления населению услуг маломобильным группам населения, становится одной из важных задач туристского бизнеса.

Лица, имеющие ограничения жизнедеятельности (инвалидность) могут путешествовать, выезжать в места отдыха, лечения или реабилитации. И потому специалисты сферы обслуживания, в том числе туроператоры, должны быть готовы к тому, что им придется иметь дело не только со здоровыми людьми, но и с людьми, которые страдают теми или иными болезнями, быть знакомыми с проявлением подобных болезней, чтобы обеспечить им соответствующие условия на всех уровнях туриндустрии.

Для правильной интерпретации содержания параграфа необходимо знание следующих понятий.

Инвалид — лицо, имеющее нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты.

Ограничение жизнедеятельности — отклонение от нормы деятельности человека вследствие нарушения здоровья, которое характеризуется ограничением или отсутствием способности выполнять определенный комплекс интегрированной деятельности, в том числе осуществлять самообслуживание, передвижение, ориентацию общения, контроль за своим поведением, обучение и трудовую деятельность.

Социальная интеграция — участие инвалидов в жизни общества наравне со здоровыми людьми.

Клиент с особыми потребностями в туристских услугах — это

лицо, которое имеет нарушение в структурах и функциях организма и при отсутствии доступности окружающей среды, не может воспользоваться наравне с другими инклюзивным туризмом.

В Конвенции о правах инвалидов (2007), инвалидность рассматривается как «эволюционирующее понятие, которое является результатом взаимодействия между людьми с нарушением здоровья и общественными и средовыми барьерами, что мешает их полному и эффективному участию в жизни общества наравне с другими». Инвалидность сопровождает жизнь любого общества, и каждое государство формирует социальную и экономическую политику в отношении инвалидов[1]. Основу инвалидности составляет проявление различных видов и форм ограничений жизнедеятельности, детерминированных социальными условиями и потому возникновение проблем, связанных с затруднением общения при потреблении туристских услуг свидетельствует о социальной дискриминации инвалидов. Работники туризма должны осознавать, что ограничение каких-либо видов деятельности нарушает взаимоотношения в обществе и становится ричинно-детерминирующим фактором особого образа жизни, поведения, появления особых потребностей в различных сферах жизнедеятельности. Нарушение взаимоотношений человека в обществе приводит к

социальной дезинтеграции и невозможностью пользоваться благами цивилизации, в том числе и услугами туризма.

Проявление различных видов и форм ограничений жизнедеятельности составляет основу инвалидности.

В соответствии с российским законодательством инвалид — лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты[2].

Инвалидность приводит к потере основных показателей жизнедеятельности человека и ограничивает следующие способности:

? самообслуживание;

- ? самостоятельное удовлетворение основных физиологических потребностей, осуществление повседневной бытовой деятельности и соблюдение личной гигиены;
- ? самостоятельное передвижение в пространстве, преодоление препятствий, сохранение равновесия тела в рамках выполняемой бытовой, общественной, профессиональной деятельности;
- ? обучение;
- ? восприятие и воспроизведение знаний (общеобразовательных, профессиональных и др.), овладение навыками и умениями (социальными, культурными и бытовыми);
- ? трудовая деятельность;
- ? осуществление деятельности в соответствии с требованиями к содержанию, объему и условиям выполнения работы;
- ? ориентация;
- ? ориентация во времени и пространстве;
- ? общение;
- ? установление контактов между людьми путем восприятия, переработки и передачи информации;
- ? контроль своего поведения;
- ? осознание себя и адекватное поведение с учетом социально-правовых норм.

Как уже говорилось выше, снижение тех или иных способностей нарушают общепринятые взаимоотношения в обществе и могут стать причиной, порождающей особые потребности в процессе потребления туристского продукта. Особые потребности возникают в связи с невозможностью получения туристской услуги в условиях инклюзивного туризма наравне со всеми. Одной из причин, приводящей к особым потребностям в туристских услугах являются психосоматические (медико-физиологические) нарушения функций и структур органов и систем организма.

Нарушение основных функций организма снижает активность и участие индивидуума в повседневной деятельности, а также может затруднить свободный доступ потребления туристских услуг.

Потребители с подобными нарушениями, получающие туристские услуги в структуре доступного для всех инклюзивного туризма, предъявляют специфические требования к туристскому обслуживанию, в противном случае создаются условия, при которых туристская услуга остается недосягаемой. Наличие ограничений жизнедеятельности предполагает адаптивные условия сопровождения туристской услуги для создания равных нрав при потреблении туристского продукта.

Под нарушениями понимается утрата или отклонение в частях или функциях организма. Термины «нарушение» и «болезнь» в медицинской практике и туризме трактуются по-разному. Туристская практика рассматривает нарушения шире и масштабнее, чем расстройства или болезнь.

Например, утрата конечности — это нарушение структуры организма, но не болезнь. И подход к оказанию туристских услуг в таком случае будет разным: это будет или отношение к инвалиду как к больному с соответствующим выбором санаторно-курортного лечения, или

как к туристу, желающему путешествовать. Нарушения рассматриваются с точки зрения возможности привлечения лиц с ограничением жизнедеятельности к туризму путем создания адаптивных условий потребления туристской услуги.

С развитием цивилизации условия, создающие ограничения жизнедеятельности, обусловленные нарушениями на психосоматическом уровне, не уменьшаются. Более того, причины, приводящие к этому, имеют устойчивую тенденцию к прогрессированию. Все больше становится лиц с ограничениями жизнедеятельности в результате функциональных и структурных нарушений в органах и системах, вступающие в противоречие со средой обитания. Глобальные техногенные и экологические изменения повышают агрессивность среды обитания человека, приводят к нарушению его биологических и социальных связей, снижают адаптационные возможности. Многие нарушения возникают по причине несовершенства профилактических мер по предупреждению заболеваний, неэффективным лечением известных и вполне излечимых болезней, неадекватным медицинским и реабилитационным обслуживанием.

В последнее время во всем мире, включая Россию, по разным причинам, в том числе в связи с экологической неустойчивостью, появилось много новых редких (орфанных) болезней, приводящих к нарушению функций и структур организма. Многие заболевания встречаются довольно часто и широко известны. Это, например, болезнь Крона, мышечная дистрофия, лимфангиома, миуковисцидоз (кистозный фиброз), саркома костей и мягких тканей и др. заболевания. В список орфанных болезней в России внесено 230 заболеваний, при этом многие из заболевших являются пользователями туристских услуг с особыми потребностями.

Проведенный анализ особенностей оказания туристских услуг лицам с ограничением жизнедеятельности позволяет рассматривать туристов с психосоматическими (медико-физиологическими), психологическими и физическими отклонениями как клиентов с особыми потребностями в туристских услугах. Клиент с особыми потребностями в туристских услугах — это лицо, которое имеет нарушение в структурах и функциях организма и при отсутствии доступности окружающей среды, не может воспользоваться наравне с другими инклюзивным туризмом. Проявление особых потребностей таких туристов выражаются в желании получить равный доступ к туристской инфраструктуре и реализовать свои права на достойный безопасный отдых.

У туристов с ограничением жизнедеятельности потребности связаны с желанием реализовать свои права на отдых наравне с другими отдыхающими. Это потребности на первый взгляд могут показаться тривиальными, не столь значительными, но для них они могут быть психологически важными. Туристы со статодинамическими нарушениями в большей степени озабочены, к примеру, будут ли на пути следования туристской группы двери с широким проходом, чтобы они смогли проехать на своей коляске или медицинские структуры для получения необходимой медицинской помощи. Дискриминирующим отношением по отношению к инвалидам является и запрет на возможность передвижения на коляске (рис.)



Рис. Запрещающий знак для передвижения инвалидов на коляске

Нарушения основных функций организма, приводящие к ограничению жизнедеятельности, обусловливают особые требования инвалида в процессе потребления туристской услуги. В ряде случаев это продиктовано жизненной необходимостью.

Так, туристам с нарушением углеводного обмена, нестабильными сахарами (пациенты с сахарным диабетом), во время путешествия необходимо диетическое питание и возможность коррекции сахара крови. Диализным пациентам с почечной недостаточностью может потребоваться процедура гемодиализа, стомированным пациентам с нарушением выделительной функции кишечника и мочевыделительной системы необходимы специально оборудованные комнаты в туалетах для смены памперса или средств ухода за стомой. Возможно, потребуется и медицинское вмешательство, проведение реабилитационных мероприятий и др. Разнообразные потребности возникают и у других туристов с инвалидностью и ограничением жизнедеятельности.

Введение понятия «клиент с особыми потребностями в туристских услугах» основывается на анализе видов и форм ограничений жизнедеятельности, обуславливающего инвалидность. Выделение туристов с особыми потребностями в зависимости от нарушений основных функций организма, направлено на целенаправленное применение адаптивных туристских услуг в структуре инклюзивного туризма. Физические и психосоматические недостатки — это не атрибут индивида и не всегда его личная проблема, поэтому отсутствие условий для инвалидов может рассматриваться как особая форма дискриминации. Особые потребности туристов с ограничением жизнедеятельности не должны становиться препятствиями для полноценного функционирования человека в обществе.

Понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах» акцентирует внимание туристской индустрии на необходимости дифференцированного подхода к потребностям лиц с ограничением жизнедеятельности и соответствующей адаптации туристского продукта. Инвалид может оплатить все расходы, связанные с путешествием, но он не приобретет туристский продукт, если ему не обеспечат адаптивные условия получения туристской услуги.

Социально-ориентированная туристская дестинация должна быть знакома с проявлениями нарушений в функциях и структурах организма инвалида в соответствии с его патологией. Для обеспечения процесса потребления туристских услуг следует своевременно предусмотреть возможность проявления психосоматических нарушений, определить специфику предполагаемой туристской услуги и наличие соответствующей туристской среды с возможностью предоставления специализированной услуги, медико-психологического обеспечения.

Как уже говорилось выше, устранить препятствия, связанные с психосоматическими (медико-физиологическими) проблемами, или адаптировать к ним туриста можно путем создания условий, обеспечивающих адекватное функционирование его органов и систем, созданием позитивного психологического климата во время путешествия. В период потребления туристской услуги клиентам с особыми потребностями необходимы мониторинг нагрузки и отдыха, установление величины физических и психических напряжений. Необходим учет, коррекция и изучение психофизиологической характеристики туриста.

Психосоматические нарушения и связанные с этим особые потребности не могут служить препятствием для полноценного участия инвалида в туризме.

Задания на закрепление знаний и развитие умений

Задания на понимание

- 1. Охарактеризуйте клиентов, имеющих особые потребности в туристских услугах.
- 2. Определите понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах».
- 3. Определите потребности туристских услуг лиц с ограничением жизнедеятельности.

Задания на анализ

1. Рассмотрите ключевые потребности разных групп потребителей туристских услуг, включая инвалидов.

- 2. Дайте оценку возможностям предоставления равных прав клиентам с особыми потребностями в туристских услугах.

- 3. Проанализируйте условия оказания туристских услуг лицам с ограничением жизнедеятельности.

Задание на применение

- 1. Изучите на практике, когда нарушение основных функций организма может затруднить свободный доступ потребления туристских услуг.
- 2. Рассмотрите дискриминирующие факторы к туристам со статодинамическими нарушениями.
- 3. Нарушение каких основных показателей жизнедеятельности человека характеризует инвалидность?
- 4. Рассмотрите умение анализировать проблемы клиентов с особыми потребностями, возможности их предотвращения.
- 5. Используйте основные термины, раскрывающие основы коммуникации при организации своей работы в коллективе

Источник:

https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient_osobymi_potrebnostyami_turistskih_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Региональные программы субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в сфере социально-культурного сервиса и туризма.
2. Нормативно-правовые акты органов представительной законодательной власти субъектов Российской Федерации в области туризма.
3. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.
4. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению.

1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ

3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

1. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основные понятия, роль и значение инклюзивного туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Государственное регулирование сферы инклюзивного туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ

Текст лекции.

Инклюзивный туризм – понятие сложное, которое может интерпретироваться по-разному – доступный туризм, безбарьерный туризм, туризм для людей с ограниченными возможностями здоровья (далее – туризм для людей с ОВЗ), адаптивный туризм и т.д. На сегодняшний день установленного понятия инклюзивный туризм в современной литературе нет. В странах Евросоюза сегмент туризма для людей с ограниченными возможностями

называют «доступным туризмом» или «туризмом для всех». Такой термин интерпретируется также как «туризм для всех» (tourism for all), «доступный туризм» (accessible tourism), «туризм для инвалидов», «инватуризм», «паратуризм», «безбарьерный туризм», «реабилитационный туризм», «коррекционно-учебный туризм» и другие [9].

Концептуальные статьи Баума Т. [1], Де Гросбуа Д. [3], Шейвенса Р. [6], Хьюз Э. [4], и Веллер Б. [7] рассматривают инклюзивный туризм как ответ на тенденции к социальной, экономической и пространственной изоляции в туризме. Эти авторы дают определение и концептуальную основу, включающую семь различных элементов, которые могут составлять направления исследований в секторе инклюзивного туризма. Авторы проводят различия между инклюзивным туризмом и другими схожими терминами, такими как комплексный туризм и инклюзивные бизнес-модели, а также в сравнительном контексте существующих концепций, которые также касаются более широких социальных преимуществ туризма.

С недавних пор в Российской Федерации развитию инклюзивного туризма стало уделяться повышенное внимание на федеральном уровне. В качестве одного из основных составляющих системы «инклюзивный туризм», который определяет органичность ее внутреннего строения и динамические взаимосвязи между доменами, можно выделить нормативно-правовую базу, которую условно можно представить в виде трех основных групп документов.

К первой группе относятся документы, защищающие права маломобильных людей и людей с инвалидностью, при доступе к туристским объектам и услугам.

Вторую группу составляют документы, регламентирующие требования при создании и организации доступной среды.

В третьем группе представлены нормативно-правовые документы, устанавливающие порядок оказания туристских услуг, в том числе для людей с ограниченными возможностями здоровья [22].

К тому же развитие инклюзивного туризма уже нашло свое отражение в Стратегии развития туризма на период до 2035 года, а также в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства».

Так как проблемы развития инклюзивного туризма еще не приобрели системный характер и большую популярность, то в настоящее время не много исследователей посвятили свои работы данной проблематике, среди них можно выделить Белоусову Н.В. [9], Якименко М.В., Русеву О.А. [22], Короткову С.Г. [17], Логунову Н.А. [18].

Целью данной работы является изучение зарубежного опыта развития доступной среды и инклюзивного туризма для возможности адаптации части данного опыта к российской действительности и представление авторских рекомендаций для внедрения их в Российскую практику развития инклюзивного туризма.

Авторская гипотеза, заключается в том, что формировать подходы к развитию инклюзивного туризма в России следует после критического изучения опыта зарубежных стран и оценки возможности внедрения уже существующих методик и инструментов на территории РФ, с учетом национальных особенностей и возможностей России.

Научная новизна работы заключается в разработке рекомендаций по развитию инклюзивного туризма в России с учетом анализа опыта зарубежных стран.

При проведении исследования использовались следующие **научные методы**: метод сравнения, метод изучения информационных материалов, метод статистического анализа, графический метод.

Результаты исследования

В качестве одной из причин низкого спроса на инклюзивные туры, как в России, так и за ее пределами обычно выделяют психологический барьер людей с ОВЗ, который объясняется неизбежным дискомфортом, как в процессе путешествия, так и на туристских объектах. К тому же до сих пор нет точного определения понятия «инклюзивный туризм» и всех особенностей организации туризма для людей с ограниченными возможностями.

Один из архитекторов-колясочников Рон Мейсон совместно с коллегами из Государственного университета Северной Каролины сформировали 7 принципов универсального дизайна для организации инклюзивного туризма.

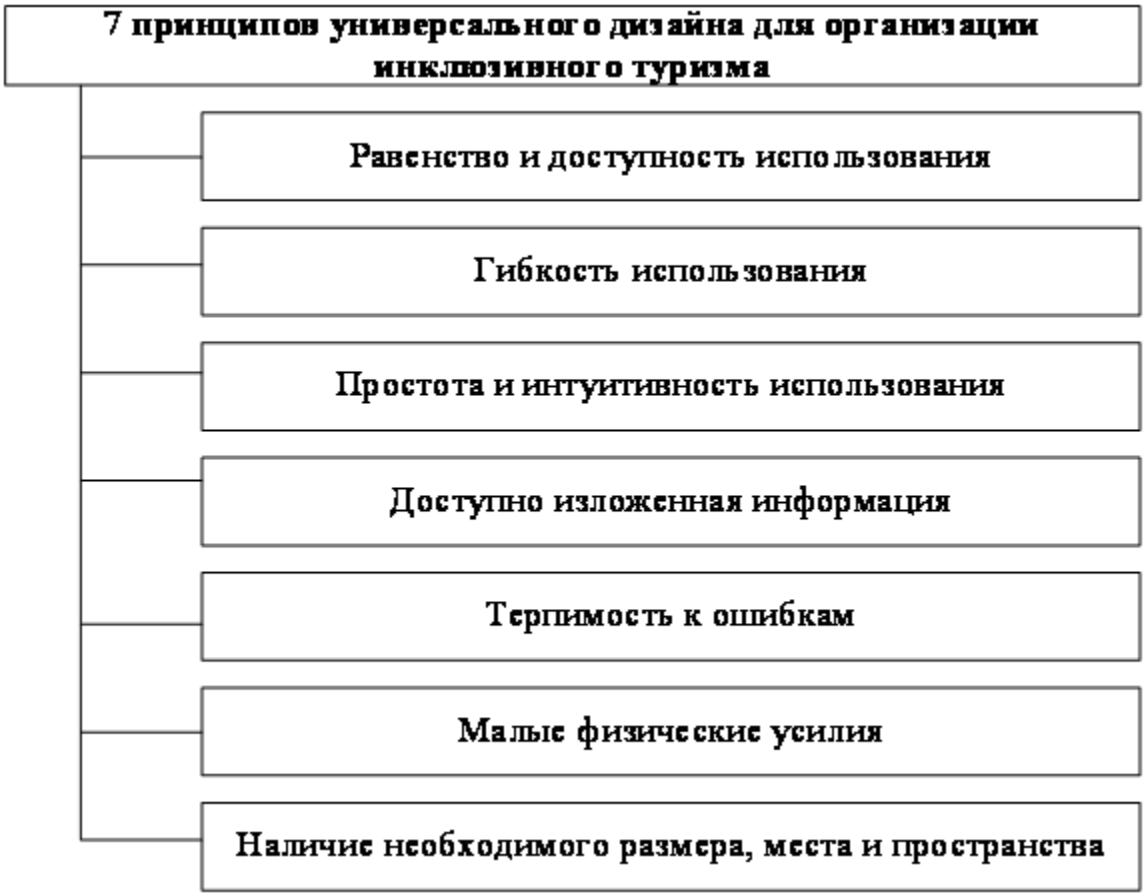


Рис.1. Принципы универсального дизайна в инклюзивном туризме [5]

По мнению авторов данные принципы должны стать основополагающими для формирования доступной среды, организации инклюзивных туров и развития инклюзивного туризма в мире.

Европейский опыт развития инклюзивного туризма и формирования доступной среды

Европейские страны, в силу высокого процента инвалидности, решили практически все проблемы доступности среды для лиц с ограниченными возможностями.

Разные эксперты в области строительства определяют Великобританию одной из лучших стран для жизнедеятельности маломобильных групп населения, где шестая часть населения страны – инвалиды. Именно в этой стране все городские автобусы имеют специальные платформы, позволяющие легко подняться в салон маломобильным лицам. Пешеходные дорожки, переходы и железнодорожные платформы имеют «осязаемое покрытие» для слабовидящих и слепых людей, представляющее собой текстурированное покрытие, предостерегающее о проемах и спусках.

См. также:

_ **Семьи с ограниченными возможностями: прямые расходы, трансферты и доступные услуги** (*Притворова Т.П., Аяганова М.П.*) // Экономика Центральной Азии. № 2 / 2021

_ **Профессиональная ориентация в дополнительном образовании: потенциал и ограничения на примере танцевальной студии «Ангельские псы» для детей-инвалидов и детей с ограниченными возможностями здоровья** (*Бондарчук Ю.А.*) // Экономика и социум: современные модели развития. № 1 / 2022

Великобритания делилась опытом в создании безбарьерной среды для проведения Олимпийских и Паралимпийских игр в Сочи в 2014 году. Проект по обмену опытом в сфере

создания безбарьерной среды реализуется в рамках Меморандума о сотрудничестве между странами, принимающими Олимпийские и Паралимпийские игры, который был подписан в июне 2013 года Министерством торговли и инвестиций Великобритании и Министерством регионального развития России.

С 1970 года начинают разрабатываться строительные нормы и правила для Северным советом, в который входят Швеция, Дания, Норвегия и Исландия. Цель данного совета заключается в установлении единых стандартов физической доступности зданий, сооружений, как общественного, так и производственного характера, и районов для престарелых и инвалидов, поскольку принципы доступности для лиц с ограниченными возможностями здоровья идентичны.

Летом 2016 года Финляндия ратифицировала международную конвенцию ООН о правах инвалидов, теперь финны самостоятельно могут разрабатывать законы, которые позволят сделать жизнь людей с ОВЗ легче. Однако и до этого момента лица с ОВЗ, проживающие в Финляндии не чувствовали себя ограниченными и запертыми в своем микрорайоне. Вся городская инфраструктура финских городов построена так, что все люди чувствуют себя комфортно и безопасно – пандусы, лифты, туалеты для инвалидов, даже на колесо обозрения в Хельсинки без труда можно завезти инвалидную коляску. Почти все финские отели оборудованы номерами для маломобильных граждан [15].

Норвегия уже в 1976г. включает в строительные нормы пункты, регламентирующие проектирование и строительство всех общественных зданий с элементами доступной среды, позволяющих обеспечивать свободный доступ, передвижение и пользование услугами для людей с ограниченными возможностями здоровья.

Германия начала решать проблемы с обеспечением доступности и создания условий для передвижения инвалидов после Второй мировой войны. Поэтому сейчас практически все города страны имеют адаптированную инфраструктуру для маломобильных групп населения, включая транспорт, безбордюрные пешеходные переходы, пандусы, ответственное отношение в обществе [20].

Конституция Берлина Разделом II «Основные права, государственные цели» Статьей 11 определяет, что «люди с инвалидностью не должны быть ущемлены. Государство обязано обеспечить равные условия жизни для людей с инвалидностью и без нее», которая послужила основой для принятия закона 17 мая 1990 года о равноправии лиц с ограниченной дееспособностью и лиц без ограничений дееспособности [13].

За рубежом постоянно издаются документы, которые непосредственно улучшают жизнь людей с ограниченными возможностями здоровья. Такая деятельность должна служить примером для нашей страны, так как у нас в основном действуют нормативы, установленные еще в 1990-х годах.

Сводная таблица качества жизни для людей с ограниченными возможностями здоровья за рубежом [13]

Наименование страны	Доля лиц с ОВЗ	Характеристика
Финляндия	32,2 % [21]	1. Оборудование элементами доступной среды более 70% зданий и сооружений; 2. Обслуживание, реконструкция жилья для лиц с ОВЗ, переселение в дома, предназначенные для маломобильных групп; 3. Определение на законодательном уровне о необходимости проектирования зданий с элементами доступной среды;

		4. Оснащение беспрепятственным доступом к социально-культурным объектам показа; 5. Организация движения, перевозка лиц с ОВЗ, бесплатный общественный транспорт.
Германия	23 % [10]	1. Адаптация 70% транспортной сети для инвалидов-колясочников; 2. Оборудование жилых домов элементами доступности (планировка, лифты, коридоры); 3. Оборудование элементами доступности мест досуга и отдыха; 4. Адаптированы туристические маршруты, пляжи для передвижения на колясках.
Великобритания	27,2 % [21]	1. Проектирование и строительство частных жилых домов с учетом требований доступности для лиц с ОВЗ с 2000г. 2. Запрещено отказывать в облуживании лицам с ОВЗ.
Израиль	9 % [11]	1. Определение на законодательном уровне с 2005г. о необходимости оборудования учреждений и мест общественного пользования специальными приспособлениями и элементами доступной среды.

Финляндия в своей практике, благодаря системе толерантного отношения с использованием законодательной базы, интегрирует в сферу социальной защиты и страхования, здравоохранения, занятости и образования систему реабилитации, кроме того, компенсирует большую часть затрат инвалидов и маломобильных групп населения.

Меры поддержки граждан с ограниченными возможностями [13]

Наименование страны	**Субсидии**	**Дотации**
Франция	Субсидирование 6% рабочих мест на предприятиях, содействие самозанятости, предоставление социальное жилья в арендной форме.	Улучшение жилищных условий, модернизация рабочих мест, техническое обслуживание, заработная плата
Финляндия	Профессиональная реабилитация, переподготовка кадров, содействие занятости и профессиональному развитию для лиц с ОВЗ, жилье распространяются на постоянное арендное или собственное жилье, а также жилье с правом проживания.	Оплата жилья, оказание социальной помощи для лиц с ОВЗ.

Германия	Федеральная программа занятости предусматривает квоты как лиц с ОВЗ, так и субсидии работодателям их трудоустраивающих.	Религиозные общины и церкви, содержащие дома для лиц с ОВЗ
Израиль	Пребывание в специальных центрах от социальных служб.	Приобретение жилья, транспортных средств, среднее специальное образование
Великобритания	Оплата ЖКХ, квотирование и резервирование рабочих мест для лиц с ОВЗ, компенсация налогов, уплаченных работодателем за маломобильных лиц.	Оборудование, приобретение транспортного средства.

Восточный опыт развития инклюзивного туризма и формирования доступной среды

Люди-инвалиды в Японии больше воспринимаются как люди с дополнительными потребностями, а не с ограниченными возможностями.

В Японии большая статья расходов государственного бюджета направлена именно на здравоохранение. В Японии существует закон, который обязывает организации создавать доступную среду для инвалидов и иметь в рабочем штате представителей этой категории населения. Государственная финансовая поддержка любой активности, нацеленной на помощь инвалидам. Например, к каждому инвалиду-колясочнику приставлен социальный помощник, труд которого оплачивается из средств государства. Второй пример: любой инвалид-колясочник при нехватке собственных средств на покупку инвалидной коляски, управляемой с пульта, может попросить государство о финансовой помощи, причем неважно, сколько собственных средств он может вложить в покупку.

См. также:

Проблемы трудоустройства выпускников с инвалидностью в реалиях современного рынка труда (*Антонова Г.В., Кураева Л.Н. и др.*) // Экономика труда. № 11 / 2020

К вопросу о повышении уровня занятости лиц с инвалидностью в России (*Гурина М.А., Моисеев А.Д. и др.*) // Экономика труда. № 1 / 2019

В Японии работают эксперты в области консультирования людей, которые совсем недавно получили степень инвалидности и испытывают психологические барьеры и высокий уровень стресса. Помимо этого, существуют различные центры реабилитации, которые проводят обучения по таким направлениям, как: баскетбол для инвалидов-колясочников, настольный теннис для людей, лишенных зрения, голбол, батутный спорт для людей с ОВЗ [16].

Весь общественный транспорт в Японии – доступная среда для инвалидов. В автобусах существуют откидные пандусы, а в автомобилях такси двери открываются автоматически, причем это удобно не только для людей с ОВЗ, но и для всех граждан. Откидные пандусы в японском транспорте пока что ручные, но ведутся разработки по установке автоматических пандусов, которые смогут завозить людей самостоятельно.

В Японии запущена муниципальная программа оборудования домов, в которых проживают инвалиды, по их запросу. Например, в спальню устанавливают специальное крепление, которое управляется с пульта и позволяет поднять тело человека и переместить на кровать.

Все международные отели обладают необходимым уровнем комфорта для людей с ограниченными возможностями. Такси используются специальные погрузки, которые облегчают колясочникам посадку в автомобиль. Для людей с ОВЗ доступен прокат инвалидных колясок, позволяющий взять инвалидное кресло в аренду.

В Китае все микроавтобусы или большие автобусы оборудованы рампой или специальным подъемником. В Китае имеются подъемники для инвалидных колясок на станциях метро. Туалеты для инвалидов-колясочников есть постоянно функционирующие везде: в торговых центрах, метро и аэропортах. В больших городах на пешеходных переходах отсутствуют высокие бордюры или препятствия для перемещения людей на колясках. Они оборудованы плавными спусками, пандусами или лифтами, что характерно для мостовых и переходов.

Каждый дом в Китае оборудован удобным входом, пандусом, а также лифтом для людей на колясках. Чем современнее дом, тем технологичнее он оборудован для людей с ограниченными возможностями. Как и в Японии, в Китае реабилитационные центры проводят обучения по таким направлениям, как: керлинг, все виды спорта в паралимпийских играх. Безбарьерная среда присутствует в гостиницах, аэропортах и на железнодорожных вокзалах: гиды, сиделки, медицинские сестры, услуги по обработке багажа и т.д.

Корейское правительство старается решать вопрос трудоустройства людей с ограниченными возможностями. В стране действует закон, согласно которому предприятия обязаны иметь в своем штате не менее 2% сотрудников с физическими недостатками. При невыполнении этого условия компании облагаются штрафами. В городах существуют специальные центры реабилитации, которые помогают людям с ограниченными возможностями пройти профессиональную подготовку, а затем помогают устроиться на работу.

У каждой станции метро в Южной Корее обычно несколько выходов на поверхность – нередко даже по 8-10, большинство из которых оборудованы лифтами. При этом стандартные спуски в метро обычно представляют из себя неширокий эскалатор и рядом широкую лестницу, оборудованную платформой для спуска инвалидов-колясочников. В поездах метро для них предусмотрены отдельные двери в вагон, в котором отсутствуют сиденья.

Основные туристические места и достопримечательности также предусматривают удобства для людей с ограниченными возможностями. Кроме того, что входные билеты для них бесплатны, все практически все входы оборудованы пандусами и туалетами, которые шире обычных, в них установлены безопасные ручки, специальные стульчаки, низкие раковины и т.д. [19]

В Корее используются специальные банкоматы, ориентированные на людей с ограниченными возможностями, отличающиеся высотой и клавиатурой.

В некоторых местах (например, на ручье Чонгечхон, в парке Сеульский лес, парке реки Ханган, в Сеульском музее искусства, в крупных универмагах, парках развлечений Лотте Ворд и Эверленд) предусмотрена аренда инвалидных колясок. Аренда бесплатная по предъявлению удостоверения личности. В парках развлечений оборудованы специальные пункты медицинской помощи, а также имеется возможность запросы бесплатной услуги сопровождения.

Большинство примеров показали, что наиболее обобщенный передовой опыт можно найти в туристических направлениях, которые приняли политику по социальным вопросам и защите прав людей с ограниченными возможностями.

При анализе различных видов опыта целью являлся отбор примеров, охватывающих такие категории, связанные с туризмом, как обучение, работа, транспорт, размещение, туроператорская и турагентская деятельность, информация для туристов,

Предложения авторов по развитию инклюзивного туризма в РФ с учетом анализа мирового опыта развития доступного туризма

1. Разработка и создание инфраструктуры для инклюзивного туризма – организация доступной среды в аэропортах, вокзалах, оборудование всех транспортных средств

специальными устройствами для лиц с ОВЗ, организация специальных стоянок для маломобильных граждан, развитие автодорог, создание системы продажи билетов, адаптированной под все нозологии для лиц с ОВЗ.

2. Увеличение номерного фонда в отелях и гостиницах, адаптированных для проживания людей с ОВЗ, а также субсидии и дотации на строительство «инклюзивных» гостиниц.

3. Развитие медицинского туризма, а также развитие сетей лечебно-оздоровительных учреждений, которые будут способствовать лицам с ОВЗ укрепить здоровье, а также провести время с родными и близкими. Важно уделить внимание развитию бюджетных сетей, чтобы люди могли воспользоваться услугами гостиницы вне зависимости от уровня дохода.

4. Подготовка туроператорами инклюзивных туров по России в соответствии с возможностями туристских дестинаций.

5. Развитие системы информационного поля о туристско-экскурсионных услугах предприятий и туристических направлениях доступных для людей с ОВЗ.

6. Обучение сотрудников службы размещения обслуживанию клиентов с ограниченными возможностями и особыми требованиями.

7. Обучение доступному туризму знаниям, компетентности и навыкам для удовлетворения различных обстоятельств и потребностей клиентов.

8. Развитие системы доступности пляжей: внедрение адаптированных доступных услуг, таких как туалеты, душевые и раздевалки, посты спасателей и затененные зоны, а также услуги по оказанию помощи в купании и безопасности, использование системы аудиосвязи, позволяющая людям с нарушениями зрения плавать свободно, независимо и безопасно.

Заключение

Для разработки перспективных вопросов в секторе туризма государству на всех уровнях необходимо разрабатывать стратегические планы. Это обеспечит последовательность и определенность, необходимые для индустрии туризма, и создаст устойчивую основу, в том числе и для роста инклюзивного туризма.

См. также:

_ **Цифровые платформы для инклюзивного бизнеса** (*Сагинова О.В., Стегарева Е.В. и др.*) // Вопросы инновационной экономики. № 1 / 2022

_ **Новые точки притяжения российских туристов в современных условиях** (*Альмухамедова О.А., Ханина А.В.*) // Экономика, предпринимательство и право. № 11 / 2022

Государство должно стремиться к мобилизации инвестиций, стимулированию роста и максимизации экологической, экономической и социальной отдачи от туризма. Привлечение инвестиций в туризм является конкурентным процессом в разных странах, учитывая потенциал туризма в плане содействия экономическому развитию и потребность в качественной инфраструктуре в сочетании с ограниченными государственными бюджетами и нехваткой инвестиционного капитала.

Переход к согласованным и всеобъемлющим подходам к разработке политики в области инклюзивного туризма поможет странам перестроить рост туризма в целях более эффективного распределения выгод, устранения неравенства и повышения устойчивости экономики.

Долгосрочные стратегии и политика, ориентированные на содействие качественной занятости и создание рабочих мест, развитие навыков, предпринимательство, инновации, эффективные инвестиции и комплексное региональное развитие, являются неотъемлемой частью достижения роста устойчивого и инклюзивного туризма – роста, который учитывает текущие и будущие экономические, социальные и экологические последствия.

Государству следует стремиться к развитию комплексной и последовательной политики в сфере инклюзивного туризма ответы, которые отражают особенности разных стран и сообществ в достижении общих целей в числе которых: обеспечение доступа потребителей к качественной, надежной и безопасной туристической деятельности, повышение производительности труда в сфере туризма, и особенно среди малых и средних предприятий,

защита, управление и улучшение природных и культурных ресурсов, повышение конкурентоспособности, а также поощрение инклюзивного роста и развития внутри и между странами.

Источник: https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Международные практики оказания услуг лицам с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
2. Основные понятия, роль и значение социального туризма.
3. Субъекты, обеспечивающие возможность услуг социального туризма.

1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве

3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие доступной среды.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве

Текст лекции.

Социальная значимость туризма для особых категорий населения обусловлена, в частности, тем, что относительное и абсолютное число лиц с различными видами ограничения

жизненных возможностей непрерывно растет. В Казахстане проживает около 626 тыс. инвалидов и около 140 тыс. детей-инвалидов.

В последнее десятилетие отмечается динамичный рост сегментов туристского рынка, связанных с обслуживанием особых категорий населения. Но даже в европейских странах этот сегмент еще нельзя назвать массовым. В Казахстане же он только начинает свое развитие. Вместе с тем туризм для особых категорий граждан выводит на первый план следующие функции туризма: социальную (создает равные возможности для осуществления права на отдых), компенсаторную, реабилитационную, культурную.

За рубежом используют термины: «туризм для всех», «доступный туризм», «инклюзивный туризм», «безбарьерный туризм».

Термином, наиболее отражающим содержание исследуемой проблемы, мы считаем термин «инклюзивный туризм». Инклюзивный туризм (фр. Inclusif - включающий в себя, лат. Include - заключаю, включаю) - процесс развития туризма, который подразумевает доступность туризма для всех в плане приспособления инфраструктуры туристических центров и объектов туристского показа к различным нуждам всех людей, в том числе инвалидов, пожилых, их опекунов и членов семей, людей с временными ограниченными возможностями, семей с маленькими детьми [5, с. 59].

Инвалиды путешествуют менее активно, чем другие граждане: в Европе этот показатель колеблется от 37% - в Великобритании до 53% - в Германии. Между тем 11% всех туристических поездок в Европе и 7% - во всем мире совершают путешественники с особыми потребностями, чаще всего в компании членов семьи или друзей [9, с. 25]. В западных странах уже вошла в норму разработка туров с учетом потребностей и доступности зданий для инвалидов.

В Казахстане, несмотря на осознание проблемы, на данный момент то, что делается для инвалидов, явно недостаточно. Инвалидов не видно на улицах не потому, что их нет, а потому, что улицы не приспособлены для передвижения на колясках, не говоря уже об отдыхе. Существуют соответствующие учреждения здравоохранения.

В казахстанской практике можно говорить о развитии социального туризма. Под социальным туризмом понимаются путешествия, субсидируемые государством из средств, выделяемых на социальные нужды [5, с. 62].

Стоит отметить, что многие из тех, кого мы относим к категории людей с ограниченными возможностями, могут и хотят путешествовать. Около половины инвалидов с ограниченными возможностями передвижения (на колясках) - молодые люди в возрасте до 40 лет. Они занимают активную жизненную позицию, осваивают новые профессии. Между тем емкость рынка доступного туризма в Казахстане и перспективы его развития никто не изучал, нет статистических данных.

Потенциальными потребителями рынка инклюзивного туризма являются не только инвалиды и пожилые люди, но и их опекуны и члены их семей, семьи с маленькими детьми.

Развитие инклюзивного туризма может стать для средства размещения серьезным конкурентным преимуществом благодаря:

· увеличению объема продаж за счет расширения контингента потребителей гостиничных услуг;

· увеличению объема продаж дополнительных услуг;

· повышению лояльности и частоты повторного размещения клиентов;

· заполнению номерного фонда в низкий сезон, так как гости с ограниченными возможностями предпочитают отдыхать именно в этот период;

· увеличению продолжительности пребывания в гостинице по сравнению с другими категориями потребителей.

Для получения всех этих преимуществ средствам размещения необходимо сформировать так называемую безбарьерную среду, предполагающую доступность средства размещения для гостей, доступность транспорта и информационную доступность [10, с. 98]. Создание безбарьерной среды для гостей с ограниченными возможностями является основой

для развития инклюзивного туризма. Безбарьерная среда - «это физическое окружение, объекты транспорта, информации и связи, дооборудованные с учётом потребностей, возникающих в связи с инвалидностью, и позволяющие людям с ограниченными физическими возможностями вести независимый образ жизни» [7, с. 25].

Организация безбарьерной среды основывается на принципах универсального дизайна, предложенных архитектором-колясочником Р. Мейсом (США):

· на принципе беспристрастного (справедливого) использования всеми категориями потребителей;

· на принципе гибкости в использовании;

· на принципе интуитивности в использовании;

· на принципе ощутимости информации, принципе толерантности к случайным и непреднамеренным действиям;

· на принципе минимальных физических усилий;

· на принципе доступности и универсальности использования (независимо от размера, положения или мобильности тела пользователя) [6, с. 68].

Особое внимание необходимо уделить внутренней инфраструктуре гостиницы и содержанию гостиничного номера. К сожалению, в Положении о классификации гостиниц и других средств размещения ?9? нет никаких особых требований к содержанию номеров, предназначенных для размещения инвалидов. Также не прописаны требования к количеству таких номеров. Поэтому руководство гостиниц вынуждено самостоятельно определять содержание номерного фонда и общественных помещений. Гораздо лучше ситуация в странах Европы, так как опыт приема гостей с ограниченными возможностями уже наработан.

Обустройство внутренней инфраструктуры средства размещения необходимо начинать уже при подходе к гостинице. Для того чтобы гость воспользовался оборудованием номера, ему прежде всего необходимо до него добраться. Поэтому вся территория должна обеспечивать удобство передвижения.

Использование информации гостями с ограниченными возможностями имеет свои особенности. Стенды должны располагаться таким образом, чтобы при подъезде к ним коляска освобождала дорогу, а не становилась поперек нее, так как это может затруднить движение. Наиболее удобны для этой цели специальные карманы площадью 5-6 м^2. В карманах можно предусмотреть скамейки для сопровождающих лиц и навес достаточной длины и ширины для укрытия в непогоду. Формат надписей на стендах, размер и стиль шрифтов следует предусматривать такими, чтобы даже самые мелкие из них читались без напряжения из сидячего положения и с расстояния 2-2,5 м [6, с. 72].

Основное условие обустройства территории - возможность беспрепятственного выезда на коляске. Для этого необходимо отсутствие порогов, бордюров на пути следования. Важно предусмотреть расширенное место для парковки автомобилей инвалидов-колясочников. Входная зона отеля также должна быть оборудована пандусом шириной не менее 1 м. Большое значение имеет и снабжение посетителей буклетами с понятной картой-схемой территории и перечнем телефонов.

Номера для инвалидов чаще всего размещаются на первом этаже, однако все же следует предусмотреть возможность подъема на лифте. Двери лифта в таком случае должны обеспечивать беспрепятственный доступ инвалидной коляски, а его внутреннее пространство - размещение в лифте одновременно вместе с инвалидом-колясочником сопровождающего лица и багажа.

Особые требования предъявляются к оборудованию гостиничного номера. Очень важно советоваться с потенциальными гостями, знакомиться с рекомендациями общества инвалидов, а не полагаться исключительно на опыт коллег.

Для западных гостиниц наличие в фонде номеров для инвалидов уже давно хороший тон, а то и непременное правило сети. Это отражается в информации о гостинице как «доступность для инвалидной коляски» (wheelchair acceess) или «удобства для гостей с инвалидностью» (facilities for disabled guests) [11]. Однако турагентам трудно оценить

доступность гостиничных услуг с точки зрения инвалида. Те мелочи, на которые обычный человек не обращает внимания, для гостя с ограниченными возможностями может превратиться в неразрешимую проблему. Поэтому инвалиду еще при бронировании номера может понадобиться очень разнообразная информация - о дополнительных дверных ручках, поручнях, ширине дверей и т.п. Малейшее несоответствие - и инвалид просто не сможет самостоятельно передвигаться по комнате [12]. Площадь номера для удобства гостей должна превышать площадь стандартного номера - 28 м^2.

Следует обеспечить свободный подъезд к двери номера, в некоторых случаях достижение этой цели предполагает большую площадь гостевого коридора. Размещать номер лучше ближе к лифту или главному входу, потому что большинству инвалидов неудобно добираться до комнаты, расположенной в глубине коридора. Для того чтобы заезд коляски был удобным, во всех помещениях должны отсутствовать пороги. По всей зоне проезда нужно установить специальные перила, поручни, а также обеспечить отсутствие препятствий (такие как цветы, пепельницы, тележки горничных).

Стоит учитывать, что оборудование номера для гостей с ограниченными возможностями является более затратным, чем оборудование стандартного номера, примерно на 20% (площадь номера больше, требуется грамотная организация пространства, особый дизайн помещения, техническое оборудование номера, дополнительные предметы интерьера и пр.). Поэтому номер следует проектировать таким образом, чтобы им могли воспользоваться и «обычные» постояльцы, не имеющие каких-либо ограничений. Очень важно позаботиться о том, чтобы номера, предназначенные для инвалидов, в их отсутствие не простаивали, чтобы в них было комфортно и уютно всем гостям, а также сопровождающим.

Таким образом, создание безбарьерной среды для гостей с ограниченными возможностями является задачей не только средства размещения, которое таких гостей принимает, но также государства и социума [7, с. 14]. Реализация целей туризма для особых категорий граждан невозможна без организации доступа на культурные и социальные объекты. А это является уже задачей общества в целом.

Организация безбарьерного пространства внутри гостиничного комплекса поможет создать конкурентное преимущество и привлечь более широкий контингент потребителей помимо гостей с ограниченными возможностями и членов их семей, а именно семей с маленькими детьми, людей, имеющих временные ограничения в плане передвижения, группы пожилых людей [8, с. 25].

Мы выше уже говорили и о том, что во всех гостиницах, способных принимать гостей с ограниченными возможностями, персонал необходимо специально обучать работе этой категорией постояльцев. По статистике, 70% особых потребностей никак не проявляются внешне, поэтому важно разработать инструкции для персонала отеля по взаимодействию с гостями, имеющими особые потребности, а также инструкции для гостя по взаимодействию с персоналом отеля, так как многие из них даже не предполагают, какую помощь они могут получить и как сообщить об этом персоналу отеля.

Естественно, организация безбарьерного пространства требует от руководства гостиницы определенной социальной и юридической ответственности. А это, в свою очередь, способно повлиять на качество предоставляемых услуг для всех категорий потребителей услуг сферы гостеприимства.

Источник:
https://studbooks.net/750370/turizm/sozdanie_bezbarernoy_sredy_sredstvah_razmescheniya_gostey_ogranichennymi_vozmozhnostyami?ysclid=lh37kcls6s544345932

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Основные понятия и определения туризма для людей с ОВЗ.
2. Международные практики оказания услуг в сфере туризма и гостеприимства лицам с ОВЗ

3. Правовые основы организации услуг для лиц с особыми потребностями в Российской Федерации. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»
4. Адаптация объектов социальной инфраструктуры и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности лиц с ОВЗ

1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма

3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Паспорт доступности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма

Текст лекции.

Процесс создания доступной среды как в России, так и за рубежом сталкивается с рядом проблем, которые связаны с несовершенством нормативно-законодательной базы, нехваткой бюджетных объектов гостеприимства, неприспособленностью городских объектов, недостаточной квалификацией обслуживающего персонала, а также со стереотипным отношением к лицам с инвалидностью. Изучение опыта зарубежных стран по созданию условий для комфортного пребывания лиц с инвалидностью позволило выделить наиболее показательные средства размещения из всего их многообразия. На острове Тенерифе (Испания) располагается отель «Mar y Sol», который изначально предназначен и приспособлен для проживания инвалидов-колясочников. В нем созданы следующие условия, позволяющие

провести данной категории гостей полноценный отдых: – наличие полностью адаптированных номеров, ванной комнаты и общественных зон; – предоставление кресел-каталок с электропередачами; – наличие при отеле реабилитационно-терапевтического центра, предлагающего индивидуальные программы оздоровления; – наличие двух больших бассейнов на территории, оборудованных подъемниками для спуска и подъема людей с ограниченными возможностями, у которых дежурит обученный персонал, помогающий пересесть на подъемник и опустить его в воду; – возможность аренды любых необходимых средств для обеспечения комфорта (например, кровати с подъемным механизмом);

служба помощи, работающая 24 часа; – наличие специальных экскурсий для инвалидов-колясочников; – наличие большого спортивного зала, доступного для лиц с инвалидностью; – наличие информационных карт доступности объектов острова для данной категории гостей (пляжи, музеи, магазины, рестораны и т. д.); – наличие на пляже специальных костылей, облегчающих движение по песку, и коляски, позволяющей окунуться в море всем желающим. Еще одним отелем, заслуживающим внимания, является «Royal Atlantis Spa & Resort», расположенный в Турции. Примечательно то, что он оборудован тридцатью номерами для инвалидов-колясочников. В спа-салоне работает специально обученный персонал, который оказывает помощь в процессе переодевания и прохождения процедур. В отеле есть несколько бассейнов, один из которых целенаправленно сделан для лиц с ограниченными физическими возможностями. Он оборудован подъемником для перемещения в воду и пандусом для плавного погружения в бассейн. Здесь также работает персонал, который оказывает всю необходимую помощь. В отеле действует зал для тренировок, оборудованный различными тренажерами, которые подбираются индивидуально для каждого гостя. Западную модель интеграции инвалидов помогает проиллюстрировать отель «Grenzfall», расположенный в Берлине, который не только предлагает удобства лицам с ограниченными физическими возможностями, но и поддерживает трудоустройство персонала с инвалидностью. За такими сотрудниками наблюдают специалисты, которые должны вовремя направить сотрудников, увидеть их скрытые таланты. Одна из преследуемых целей – это адаптация в обществе и формирование самостоятельности. В России найти работу людям с инвалидностью достаточно трудно, поэтому они оказываются в изоляции от внешнего мира. А ведь им важнее именно суметь социализироваться, быть в равных правах с людьми без инвалидности. Хочется отметить работу чиновников Каталонии (Испания), которые проводили активную работу по продвижению курортов, адаптированных для пребывания лиц с ограниченными физическими возможностями, в результате которой Совет по туризму Каталонии был признан членом Европейской ассоциации доступного туризма. Был создан специальный сайт, где можно ознакомиться с информацией относительно приспособленных объектов. Зарубежный опыт вовлечения лиц с инвалидностью в общественную жизнь копился десятилетиями: в Великобритании законодательство об инвалидах существует с 1944 г., а в 1961 г. в США был принят стандарт о доступности зданий для инвалидов. Большие изменения произошли в США после принятия в 1975 г. «Закона об инвалидах», которое спровоцировало движение лиц с инвалидностью против их дискриминации [1]. Создавались специальные бригады строителей, которые ежедневно формировали доступную городскую среду, происходил активный поиск способов налаживания общения людей с инвалидностью с людьми без инвалидности. В России первые санатории для лиц с ограниченными физическими возможностями появились в 1950-70-е гг. прошлого столетия. Тогда организатором услуг туризма выступали всесоюзные организации слепых и глухих. Они предлагали туристические походы выходного дня и лечебно-оздоровительные туры в соответствующие санатории. В настоящее время эти организации переименованы. Создано Всероссийское общество инвалидов (далее – ВОИ). Один из санаториев был открыт в 1947 г. на курорте Сергиевские минеральные воды [2]. Через год открылось специализированное спинальное отделение на курорте Саки. В 1974 г. в Саках был построен санаторий, предназначенный для лечения больных с последствиями травм позвоночника и заболеваниями спинного мозга. Важно отметить, что его открытие способствовало произошедшим изменения

в инфраструктуре города: подъезды были оборудованы пандусами, а в парковой зоне были проложены широкие аллеи. Несмотря на то, что история распространения доступного туризма началась давно, Россия находится на начальной стадии его развития. Особую приоритетность и распространение он получил лишь в последние десятилетия. В частности, отмечаются преобразования объектов гостеприимства. Так, в Санкт-Петербурге открылся мини-отель на восемь комнат (семь комнат по два места и одна комната на одно место) специально для лиц с инвалидностью, которые любят путешествовать и должны иметь возможность для этого. Его создатель отмечает, что такие гости составляют значительный сегмент рынка. Задачей данного проекта является привлечение внимания к проблеме не только общественности, но и бизнеса в сфере гостеприимства. Помещение включает в себя зону для проведения семинаров с необходимым оборудованием, что позволяет устраивать встречи с коллегами из разных регионов России и из других стран, обсуждать проблемы создания доступной среды, вести социальную работу. Важно, что 92 Вестник университета № 1, 2018 при разработке внутренней планировки помещения учитывались советы потенциальных клиентов. Ими же были протестированы дорогостоящие спальные места. В России есть гостиницы, которые предоставляют номера для лиц с ограниченными физическими возможностями, но, как правило, они не являются бюджетным вариантом. Более того, таких номеров на весь отель приходится не так много (обычно 1-2). Мини-отель в Санкт-Петербурге отличает социальная и минимально возможная стоимость, так как четко прослеживается граница между коммерческим и социальным бизнесом, а общая вместимость составляет до 15 человек. Другим примером является гостиница «Кузьминки», которая в результате проведенной реконструкции может предлагать удобства для лиц с инвалидностью. Также в ней действуют специальные социальные тарифы. Еще на стадии проектирования необходимо учитывать потребности людей с ограниченными физическими возможностями, следуя обновленным нормативно-правовым актам. Особое значение имеют следующие документы [4]. 1. СП 257. 1325800. 2016 «Здания гостиниц. Правила проектирования». 2. СП 59. 13330. 2016 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения». 3. СП 35-101-2001 «Проектирование зданий и сооружений с учетом доступности для маломобильных групп населения. Общие положения». 4. СП 31-102-99 «Требования доступности общественных зданий и сооружений для инвалидов и других маломобильных посетителей». 5. СП 35-103-2001 «Общественные здания и сооружения, доступные маломобильным посетителям». 6. СП 35-102-2001 «Жилая среда с планировочными элементами, доступными инвалидам». В перечисленных документах находит отражение принцип универсального дизайна, разработанный архитектором-колясочником Р. Мейсом. Основная идея заключается в том, чтобы создать среду, в которой будут комфортно чувствовать все категории населения. Предложены следующие принципы: справедливого использования всеми категориями потребителей; гибкости в использовании; интуитивности в использовании; ощутимости информации; толерантности к случайным и непреднамеренным действиям; минимальных физических усилий; доступности и универсальности использования (независимо от размера, положения или мобильности пользователя) [2]. Учитывая их при проектировании и создании обстановки, предметов, услуг, можно создать среду, в которой комфортно будут себя ощущать все категории населения. Средства размещения должны иметь следующие основные удобства для лиц с ограниченными физическими возможностями: – широкий дверной проем (не менее 0,9 м); – зона около кровати, позволяющая разворачивать инвалидное кресло на 360 градусов; – достаточное пространство для пересадки на кровать; – дверь в номер оборудована двумя глазками (на уровне стоящего человека и на уровне сидячего человека); – более низкое расположение дверных замков, выключателей, розеток, вешалок для одежды в шкафах, дополнительного одеяла (на уровне 1,0-1,2 м); – отсутствие порожков в дверных проемах; – оборудованные ванная и туалетная комнаты (доступный душ; поручни в санузлах, обеспечивающие переход в ванну и на сиденье унитаза; незакрепленные и расположенные на уровне сидячего человека санитарно-гигиенические принадлежности; раковина, расположенная ниже обычной; поручни на стенах; кнопка экстренного вызова); – наличие

кнопки экстренного вызова и непосредственно в самом номере; – углы комнаты оборудованы защитными панелями; – магнитный стопор, позволяющий фиксировать двери в открытом состоянии; – наличие изогнутого письменного стола, специального оборудования для перехода с инвалидного кресла на кровать, переносного телефона, телевизора на вращающейся панели и др. [3]. Рассматривая общественные места, следует отметить, что они также должны иметь некоторые удобства: – входная зона в отель оборудована пандусом, ширина которого составляет 1,0-1,1 м, а угол наклона составляет не более 30-35 градусов); – для слепых и слабовидящих людей в лифте предусмотрены обозначения шрифтом Брайля; – лифт обладает более низким расположением кнопок на панели; – выделено место для парковки автомобилей инвалидов-колясочников; 93 Развитие отраслевого и регионального управления – отсутствие порогов и бордюров на пути следования и наличие специальных перил и поручней; – противоскользящее покрытие на ступенях и в ванной и др. [3]. Мониторинг российских отелей позволяет сделать вывод, что не все соблюдают данные требования. Например, некоторые не имеют возможности обеспечить необходимые условия, так как это не учитывалось при проектировании. Несмотря на это, нужно находить способы удовлетворять потребности гостей. Другие отели не задумываются о мелких деталях (например, о переносном телефоне с нанесением шрифта Брайля), что препятствует полноценному пользованию услугами отеля и портит общее впечатление о нем. Также не учитывается тот факт, что существуют не только ограничения в подвижности, но и другие формы инвалидности. Изучение государственной ответственности позволяет отметить значимое событие, заключающееся в ратификации Россией Конвенции ООН о правах инвалидов. Участвующие государства должны способствовать становлению доступной инфраструктуры и вести борьбу с дискриминацией лиц с инвалидностью, сложившимися стереотипами и предрассудками, обеспечивая полную и равную реализацию основных прав и свобод человека, в том числе право на отдых и интересные путешествия. Это присоединение выступает показателем готовности страны формировать условия для развития доступного туризма, которые бы соблюдали международные стандарты прав лиц с ограниченными физическими возможностями. Нормы российского законодательства должны приводиться в соответствие с международными. Так, важным шагом в решении проблемы социальной интеграции является принятие в 2011 г. программы «Доступная среда», которая была продлена до 2020 г. Ее основная цель заключается в том, чтобы обеспечить людям с инвалидностью беспрепятственный доступ к любому объекту и к любой услуге в той или иной сфере (здравоохранение, транспорт, культура, образование, спорт и физическая культура, туризм и др.). Принятие данной программы вызвало необходимость внесения изменений в законодательную базу с целью ее совершенствования. Был подписан Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов» который установил требования к доступности объектов и услуг. Есть и другие нормативно-правовые акты, закрепляющие требования по созданию условий для лиц с ограниченными физическими возможностями с целью их беспрепятственного доступа к тем или иным объектом инфраструктуры и услугам: – Градостроительный кодекс Российской Федерации; – Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» № 181-ФЗ от 24.11.1995 г.; – Федеральный закон «О физической культуре и спорте Российской Федерации» № 329-ФЗ от 04.12.2007 г.; – Федеральный закон «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» № 384-ФЗ от 30.12.2009 г. Но доступна должна быть вся цепочка услуг: не только средства размещения, но и транспорт, информация, объекты досуга и развлечения, общественные учреждения. В России можно наблюдать фрагментарную среду открытости для лиц с инвалидностью, эпизодические вкрапления ее элементов. Необходимо внедрять опыт Европы и США, которые следуют принципу непрерывности безбарьерной среды, выражающемуся в том, что человек может не только комфортно пребывать в гостинице, но и также беспрепятственно добраться как до нее, так и до любых других необходимых объектов (аптека, банк, музей и т. д.). Также важно реализовывать аудио- и видеодублирование

информации, то есть она должна быть многократно представлена различными способами. Обслуживающий персонал гостиниц должен проявлять терпение и особое внимание данной категории гостей. В некоторых европейских гостиницах действуют соответствующие системы обучения сотрудников, включающие получение теоретических знаний, медицинскую подготовку. Это опыт, который полезно перенять. Изучая подробнее доступность всей цепочки услуг, отметим, что архитектура городов претерпевает изменения. Так, становятся доступны различные объекты культуры, что важно для развития гостиничного сектора, доступного для лиц с инвалидностью. Остановимся подробнее на доступности объектов культуры для посещения лицами с ограниченными физическими возможностями. В качестве объекта проверки доступности была выбрана Третьяковская галерея, расположенная в Москве. Она имеет значок «Инвалид», что говорит о том, что должна быть обеспечена доступность лицам с инвалидностью. Галерея успешно прошла данную проверку, о чем свидетельствует следующее: – соответствие дверных проемов нормативам для проезда инвалидов-колясочников; – наличие телескопического пандуса, позволяющего заехать в помещение с высокими порогами и быстро устанавливающегося там, где это будет необходимо; 94 Вестник университета № 1, 2018 – наличие лифтов, размеры которых позволяют въехать в них инвалидам-колясочникам; – оборудованные соответствующим образом туалеты; – возможность беспрепятственно добраться от метро; – расположение большинства экспонатов на низком уровне; – наличие широких дверных проемов; – позитивное отношение персонала. Третьяковская галерея адаптирована и для лиц с другими формами инвалидности. В частности, присутствует тактильная разметка. Тактильная плитка применяется черного цвета, а не желтого. Дело в том, что есть регламентация именно контрастности цветов. В Третьяковской галерее пол белого цвета. В таком случае применение плитки желтого цвета было бы неверным решением. Подобное сочетание цветов не помогает ориентироваться слабовидящим людям. Для идентификации экспонатов внедрены таблички с нанесением шрифта Брайля, изготовлена мнемосхема, позволяющая получить информацию по расположению объектов. Первая и последняя ступени обозначены путем нанесения контрастной противоскользящей полосы. Таким образом, можно сделать вывод о том, что Третьяковская галерея – это образец доступности. Рассмотрим противоположный пример. Это будет музей-квартира Ф. М. Достоевского в Санкт-Петербурге. Сразу отметим, что этот объект не имеет значка «Инвалид». Значит, вероятность того, что музей успешно пройдет проверку на предмет доступности для посещения лицами с ограниченными физическими возможностями, является достаточно низкой. Это действительно оказалось так, о чем свидетельствует следующее: – отсутствие пандусов; – отсутствие кнопки вызова персонала; – узкий дверной проем; – узкие проходы в музее, которые не позволяют проехать к некоторым объектам; – высокий уровень расположения экспонатов; – отсутствие специально оборудованного туалета. В таких условиях помогает только позитивное отношение персонала, которые очень внимательны и отзывчивы. Результаты подобного эксперимента можно объяснить тем, что данный объект ниже по статусу, чем Третьяковская галерея. Но важно, чтобы и менее популярные музеи были доступны для посещения. Также следует отметить наличие в России транспорта, приспособленного для перевозки маломобильных групп населения, так как важна доступность и близлежащих территорий. В табл. 1 представлены статистические данные, позволяющие оценить обеспеченность страны средствами перемещения, оборудованных соответствующим образом.

Хорошим примером опыта создания в России доступного города является Сочи, где в рамках подготовки к Олимпиаде была проведена большая работа по приспособлению среды к комфортному пребыванию лиц с ограниченными физическими возможностями. В частности, открылся первый пляж, где инвалиды-колясочники получили свободный доступ к морю. Можно наблюдать, что из большого числа туркомпаний, действующих на территории России, только некоторые из них оказывают услуги для инвалидов: – «Инватрэвел» (проект, в которым собрана информация о путешествиях для лиц с ограниченными физическими возможностями); – социальный гериатрический центр «Опека» (организация и проведение

обзорных экскурсий для инвалидов по Санкт-Петербургу, Ленинградской области и странам Балтии); – «Инватур» (организация экскурсий по Москве, Подмосковью, групповые туры в Санкт-Петербург, по Золотому кольцу, в Турцию, в Грецию и в США); – «Либерти» (исследование доступности городских объектов и формирование специализированных экскурсионных туров для людей с ограниченными возможностями); – небольшое число таких организаций свидетельствуют о том, что у компаний отсутствует желание работать с данной категорией гостей. Богатый ресурсный потенциал страны и возрастающее внимание властей выступают предпосылками для развития доступного туризма. Важно производить мониторинг объектов показа, питания, средств размещения, транспорта, уделять внимание популяризации безбарьерного туризма. Построение безбарьерной среды – это выполнимая задача, которая требует проявления добросовестности и ответственности со стороны государства, общества и бизнеса, грамотного вложения средств и может принести значительные социальные и экономические эффекты.

Источник: Офицерова Н.А. Солнцева О.Г. Цунаева Ю.О. Вестник университета № 1, 2018 DOI 10.26425/1816-4277-2018-1-90-95 https://vestnik.guu.ru/jour/article/viewFile/920/343

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Социальные туры и их отличительные особенности.
2. Система социального туризма в России.
3. Понятие санаторно-курортной помощи, как вида медицинского и сервисного обслуживания населения.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Инвалидность по нозологиям	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Особенности обслуживания туристов с ОВЗ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Здоровье – состояние полного физического, психического, социального благополучия людей, а не только наличие или отсутствие болезней или дефектов.
2. Показатели здоровья: демографический, физическое развитие, заболеваемость, инвалидность.
3. Факторы, влияющие на показатели здоровья: социальные, природно-климатические, генетические, здравоохранение

1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ3. Цели занятия.

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.

2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.

4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.

5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основные понятия, роль и значение инклюзивного туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Государственное регулирование сферы инклюзивного туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Этика общения с инвалидами.
2. Понятие комфортных условий для путешествий туристов-инвалидов.
3. Ситуация с инклюзией за рубежом и в России.
4. Санаторно-курортные услуги для клиентов с особыми потребностями

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

1. Всемирная программа действий в отношении инвалидов. Основные принципы Конвенции ООН о правах инвалидов.
2. Законодательно-нормативная база, регламентирующая оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению в сфере гостеприимства и туризма
3. Основы этики общения с инвалидами
4. Правила этикета при общении с инвалидами
5. Методы взаимодействия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов
6. Международные практики оказания услуг в сфере туризма и гостеприимства лицам с ОВЗ
7. Правовые основы организации услуг для лиц с особыми потребностями в Российской Федерации. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»
8. Адаптация объектов социальной инфраструктуры и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности лиц с ОВЗ
9. Обзор общих практик работы с лицами ОВЗ.
10. Понятие туротерапия. Особенности участия лиц с ОВЗ в туристских мероприятиях.
11. Социальные туры и их отличительные особенности.
12. Система социального туризма в России.
13. Социально-психологические проблемы туристов с ограниченными возможностями при подготовке туристических мероприятий и пути их решения.
14. Специфические особенности подготовки туристических мероприятий с участием лиц с ограниченными возможностями и обеспечение безопасности.
15. Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ.
16. Культура сервиса и морально-нравственный характер общения людей.
17. Особенности организации и финансирования социального туризма.
18. Виды социального туризма. Организация финансирования социального туризма.
19. Подходы к санаторно-курортному лечению. Социальное страхование.
20. Психолого-когнитивные практики как здоровьесберегающие технологии. Творчество в практике работы с лицами с ОВЗ.
21. Менеджмент безопасности в адаптивной физической культуре, спорте и туризме лиц с отклонениями в состоянии здоровья.
22. Основные факторы риска при возникновении чрезвычайных ситуаций у различных категорий лиц с нарушениями в состоянии здоровья.
23. Обеспечение безопасности туристской деятельности лиц с отклонениями в состоянии здоровья.
24. Предупреждение и преодоление конфликтных ситуаций в обслуживании туристов из числа лиц с ОВЗ.
25. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов (СКРИ).

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с

современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – аналитическое задание.

Охарактеризуйте международные практики оказания услуг в сфере туризма и гостеприимства лицам с ОВЗ.

Охарактеризуйте Федеральную целевую государственную программу «Доступная среда» на 2011-2020 гг. Дайте оценку ее реализации.

Правовые основы организации услуг для лиц с особыми потребностями в Российской Федерации. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»

Адаптация объектов социальной инфраструктуры и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности лиц с ОВЗ

Сделайте обзор общих практик работы с лицами ОВЗ.

Назовите специфические особенности подготовки туристических мероприятий с участием лиц с ограниченными возможностями и обеспечение безопасности.
Виды социального туризма. Организация финансирования социального туризма.
Охарактеризуйте нормативно-правовую и организационную основы системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства.
Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.
Перечислите виды доступности среды.
Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ.
Психолого-когнитивные практики как здоровьесберегающие технологии. Творчество в практике работы с лицами с ОВЗ.
Обеспечение безопасности туристской деятельности лиц с отклонениями в состоянии здоровья.
Дайте рекомендации о предупреждении и преодолении конфликтных ситуаций в обслуживании туристов из числа лиц с ОВЗ.
Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Какова связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды?
Приведите примеры технических средств обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.
Обеспечение доступности для лиц с ОВЗ пользования транспортом, услугами предприятий и организаций в сфере туризма и гостеприимства, услугами объектов общественного питания.
Перечислите виды нарушений функций организма, приводящие к инвалидности, и вызываемые ими ограничения способности осуществлять социально-бытовую деятельность.
Перечислите действия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов.
Охарактеризуйте особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях.
Правила этикета при общении с инвалидами.
Каковы методы взаимодействия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов?
Приведите примеры видов барьеров при оказании услуг инвалидам.
Что понимается под разработкой и эксплуатацией средств пассажирского и индивидуального транспорта инвалидов?
Что понимается под разработкой средств информации и связи с учетом приспособления их для лиц с ограниченными возможностями?
Что понимается под реабилитацией инвалидов, каковы цели и средства реабилитации?

Методические материалы по выполнению практического задания

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве

3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие доступной среды.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Кадровое обеспечение социального туризма
2. Категории потребителей санаторно-курортных услуг
3. Основы этики общения с лицами, имеющими особые потребности
4. Правила этикета при общении с инвалидами

1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма

3. Цели занятия.

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Понятие доступной среды.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Методы взаимодействия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов
2. Понятие туротерапия. Особенности участия лиц с ОВЗ в туристских мероприятиях.
3. Социально-психологические проблемы туристов с ограниченными возможностями при подготовке туристических мероприятий и пути их решения.
4. Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: кейс-задание.
Содержание кейс-задания.
Вариант 1.
Провести обследование объекта по степени приспособленности для инвалидов объектов городской инфраструктуры, заполнить анкету доступности для инвалидов общественных

зданий. На основании заполненной анкеты доступности с использование формируется паспорт доступности объекта. Итогом выполнения кейс-задания является – разработка рекомендаций для администрации объекта (собственников, правообладателей) по повышению комфортности пребывания лиц с ОВЗ при посещении объекта (получении услуги). В качестве объекта выступает:

1. Гостиница
2. Ресторан
3. Экскурсионное бюро
4. Турагентство

В ходе обследования определяются:

- соответствие параметров элементов объекта и функциональных зон, обеспечивающих условия его доступности и предоставляемых услуг для инвалидов всех категорий условиям доступности, в том числе при оказании помощи инвалиду сотрудниками объекта или сопровождающим;
- рекомендации по адаптации основных функциональных зон объекта с последующим занесением этих данных в паспорт доступности объекта;
- разрабатывается план мероприятий по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и услуг (дорожная карта).

Кроме того, определяется порядок сопровождения инвалидов с тяжелыми ограничениями в передвижении и ориентации и оказания им помощи в преодолении препятствий для обеспечения получения услуги (услуг) и помощи в чрезвычайных ситуациях. В соответствии с установленным порядком сопровождения вносятся изменения в административный регламент в части организации работы по обеспечению доступности услуг, сопровождению инвалидов и оказанию им необходимой помощи в преодолении препятствий; в должностные инструкции лиц, назначенных за ответственными за организацию работы по обеспечению доступности объектов и услуг, за сопровождение инвалидов и оказание им необходимой помощи.

Вариант 2.

– Подготовка информации об оказании услуг для лиц с ОВЗ для размещения в открытом информационном пространстве (на сайте объекта, на сайтах общественных объединений инвалидов, на информационных стендах и др.).

– Подготовка памяток для информирования по порядку сопровождения людей, пользующихся креслом-коляской, с нарушениями слуха, с потерей зрения, размещаемых на сайтах и информационных стендах объекта.

Вариант 3.

Обеспечение доступности для лиц с ограниченными возможностями здоровья услуг организаций общественного питания:

– переоснащение ресторана специализированным оборудованием для инвалидов;

– создание специализированного кафе;

– предоставление специализированного оборудования для инвалидов с различной нозологией;

– предложение услуг, обеспечивающих создание для посетителей с ограниченными возможностями повышенного уровня комфортности и высокую рентабельность предприятия.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – аналитическое задание

Назовите и охарактеризуйте государственные программы по развитию безбарьерной среды для лиц с ограничениями жизнедеятельности: цель и задачи, механизмы реализации, результаты.

Охарактеризуйте участие общественности в решении проблем инвалидов. Приведите примеры.

Особенности организации и финансирования социального туризма.

Каковы могут быть формы подачи информации для лиц с ОВЗ?

Что понимается под культурой сервиса и морально-нравственным характером общения людей?

Дайте характеристику лиц с ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства.

Приведите пример программы туров для лиц с ОВЗ.

Дайте характеристику санаторно-курортным программам для лиц с ОВЗ.

Каковы современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма?
Что понимается под комплексной оценкой и проектированием пространств туристских центров на основе принципов безбарьерного туризма?
Приведите пример инновационных технологий, оборудования для организации путешествий для лиц с ОВЗ.
Что такое паспорт доступности. Дайте его характеристику.
Безбарьерная (доступная) среда жизнедеятельности для лиц с ограниченными физическими возможностями: понятие, состояние, пути развития и совершенствования.
Назовите элементы архитектурной доступности при получении услуг лицами с ОВЗ
Охарактеризуйте современное состояние и перспективы развития доступной и комфортной среды для лиц с ограниченными физическими возможностями.
Что понимается под доступностью зданий и сооружений для маломобильных групп населения?
Каковы требования к уровню подготовки персонала для работы с лицами с ОВЗ в сфере гостеприимства?
Охарактеризуйте сопровождение инвалидов при заселении в гостиницу и при оказании им услуг?
Охарактеризуйте особенности общения с инвалидами, имеющими нарушение зрения или незрячими.
Охарактеризуйте особенностями общения с инвалидами, имеющими нарушение слуха.
Опишите сопровождение лиц с ОВЗ в сфере гостеприимства и туризма.
Что такое здоровьесберегающие туристско-рекреационные технологии для лиц с ОВЗ?

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики	
Тема 1.1. Виды событий: принципы успеха	Выставки. Тенденции выставочной индустрии в России. Как повысить эффективность участия в выставке. Коммуникативная компетентность экспонентов. Золотые правила общения на выставке. BTL-индустрия. Дефиниция понятия «BTL коммуникации». Контекст развития BTL-инструментов. Пресс-конференции. Корпоративные события. Спонсорство и благотворительность. Отличия спонсорства, благотворительности, меценатства. Спонсорство как инструмент бизнеса. Повышение эффективности спонсорства.
Тема 1.2. Событие как проект	Проектные характеристики маркетингового мероприятия. Наличие цели и измеримых результатов. Ограниченность времени. Ограниченность ресурсов. Обособленность от прочих замыслов. Оргструктура под проект. Постановка целей. Требования к определению цели события. SMART-критерии. Возможные цели. Повышение узнаваемости. Паблисити. Продажи (выручка и прибыль). Расширение контактов. Обучение, командообразование. Эмоциональная реакция участников. Методика «хочу- могу-буду». Проведение тендера. Ресурсы для объявления тендера. Измерение результатов. Результат и его измерение зависят от поставленной цели. Цели и критерии измерения результатов. Повышение узнаваемости –статистика. Паблисити – количество и качество. Продажи (выручка и прибыль) – монетарное исчисление. Расширение контактов – количество, реальные клиенты, итог. Обучение, командообразование –

	навыки и знания, новые ролевые позиции. Эмоциональная реакция участников – анализ отзывов, наблюдение во время события.
Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства	
Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием	Основы событийного менеджмента. Понятие «мероприятие» и «событие»: сходства и отличия. Понятия «специальное событие», «event- менеджмент», «event», «событийный менеджмент». Объект и предмет дисциплины. Признаки специального события. «Естественные» и «Искусственные» события. Исключительность события. Классификация мероприятий и специальных событий. Роль стратегии в событийном менеджменте. Цели и задачи мероприятия. Стратегия. Создание концепции мероприятия и события, ее согласование с концепцией бренда. Тема 2. Подготовка, планирование мероприятия Подготовка мероприятия: этап исследования в событийном менеджменте. Первичные и вторичные исследования. Опросы. Параметр времени в опросах. Маркетинговые исследования. Использование результатов анализа. Составление плана. Работа с персоналом. Дизайн места проведения мероприятия. Дизайн сервиса. Гастрономический дизайн. Музыка. Свет. Планирование мероприятия: спонсирование мероприятия. Планирование ресурсов и распределение работ. Работа с подрядчиками. Бронирование зала. Заполняемость и способы рассадки. Определение идеи, сюжета мероприятия. Программа по проведению мероприятия. Определение аудитории и выбор 7 концепции мероприятия. Планирование времени и его распределение. Расписание. Тематический и сценарный план. Управление мероприятием Управление мероприятием. Организационный аспект. Типовая структура оперативного штаба управления. Работа с подрядчиками. Работа с персоналом агентства. Виды распределения работ (по проектам, по функциям). Временный персонал. Новостной менеджмент как часть процесса управления событием. Определение новости. Типы, критерии и структура новости. Структура новости. Этапы новостного менеджмента. Фрейминг. Приемы новостного менеджмента в практике организации событий. Кейтеринг, логистика и правовые аспекты Логистика. Кейтеринг. Управление каналами распространения билетов, приглашениями на мероприятия. Оценка и план логистики. Этика и правовые аспекты организации мероприятия. Страхование и юридические вопросы. Профессиональные отечественные и зарубежные ассоциации индустрии событий (НАОМ, AEO, AFO, NOEA). Информационный менеджмент мероприятия. Современные информационные технологии в событийном менеджменте (профессиональные интернет-каталоги, сервисы тайм-трекинга, групповой работы, управления электронной почтой, проведения вебинаров и видеоконференций, Интернет-трансляции, QRкоды, рассылки приглашений и продажи билетов, продвижения онлайн

	события, создания мультимедийных презентаций, онлайн-планировщики, мобильные приложения (Eventum), event-виджеты к блогам).
Тема 2.2. Экономические аспекты управления событийным мероприятием в индустрии туризма и гостеприимства	Техническое обеспечение мероприятия. Свет и звук. Проекционная техника, аудио и видеосъемка. Неэлектрические устройства. Как работать с техническими подрядчиками. Приглашение артистов и VIP-гостей, обеспечение безопасности. Правила составления шоу программы. Как работать с VIP гостем. Букинговые и концертные агентства. Райдеры и гонорары артистов. Обеспечение безопасности. Четыре скорости удачного мероприятия (А. Шумович, А. Берлов): интрига, «включение», эмоции, коммуникация. Финансовое управление мероприятием. Факторы, влияющие на бюджет. Формирование цены на услуги событийного менеджмента. Гонорар eventагентства. Расходы и доходы. Пути снижения расходов. (Зарплаты). Техника безопасности. Охрана. Элементы и категории контроля. Тренды в событийном менеджменте. Социальные тренды и влияние на событие. 8 Признание событийного менеджмента как профессии. Рост «событийной» отрасли. Событийный франчайзинг. Расширение знаний и научных исследований в области событийного менеджмента. Адаптация событийным менеджментом опыта менеджмента окружающей среды. Увеличение вовлеченности государства в практику организации событий. Сценарий, оформление пространства, подарки. Зоны пространства мероприятия, шести-ступенчатая структура мероприятия, подарки на мероприятии, VIP-подарки. Материальные и нематериальные подарки. Оценка влиятельности события. Анализ результатов события. Типы исследований по результатам проведения события. Оценка символического влияния события (Graham Berridge). Социально-экономические, политические, экономические результаты мероприятия (события). Составление отчета о проведенном мероприятии. Условия, влияющие на выявление критериев оценки мероприятия. Зарубежные методики оценки эффективности мероприятий. Риски в событийном менеджменте. Основные риски и ошибки мероприятий. Финансовые риски и способы их нейтрализации. Запас прочности мероприятия. Риски, связанные с персоналом и партнерами
Тема 2.3. Методы креатива в event-маркетинге	Event-маркетинг: близкие категории. Понятие событийный маркетинг. Событие в event-маркетинге. Event-маркетинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Интеграция внутренней и внешней маркетинговой среды. Интеграция различных видов маркетинговых коммуникаций. Краткая история российского event-бизнеса. Виды event-компаний. Виды и формы событий. Критерии классификации событий. Принципы успешности событий. Единство и ограниченность времени и пространства. Принцип аттракциона. Взаимность обмена. Ритуальность действия. Принцип субъективности. Принцип драматизации. «Событие»

	предполагает креатив. Это отделяет его от «мероприятия». Бенчмаркинг в создании концепций специальных мероприятий. Применение метода бенчмаркинга. Наиболее распространённые типы креативных идей в event-маркетинге. Нестандартный объект в привычном пространстве. Прямая ассоциация. Выделение аспекта повседневности. Объединение культурных практик. Событийный потенциал бренда.
Тема 2.4. Инструменты событийного маркетинга и MICE-индустрия.	Технологии событийного маркетинга. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга. Достоинства применения инструментов событийного маркетинга. Шок- промоушн. Игровой промоушн. Определение MICE. Индустрия деловых встреч (meetings). Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive).

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной

дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики
Тема 1.1. Виды событий: принципы успеха
Вопросы для самоподготовки:
1. Пресс-конференции.
2. Корпоративные события.
3. Спонсорство и благотворительность.

Тема 1.2. Событие как проект
Вопросы для самоподготовки:
1. Измерение результатов.
2. Результат и его измерение зависят от поставленной цели.
3. Цели и критерии измерения результатов.

Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства
Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием
Вопросы для самоподготовки:
1. Стратегия.
2. Создание концепции мероприятия и события, ее согласование с концепцией бренда.
3. Определение идеи, сюжета мероприятия. Программа по проведению мероприятия.
4. Определение аудитории и выбор концепции мероприятия.
5. Планирование времени и его распределение. Расписание. Тематический и сценарный план.
6. Приемы новостного менеджмента в практике организации событий.
7. Работа с персоналом агентства. Виды распределения работ (по проектам, по функциям).

Тема 2.2. Экономические аспекты управления событийным мероприятием в индустрии туризма и гостеприимства
Вопросы для самоподготовки:
1. Временный персонал.
2. Логистика. Кейтеринг.
3. Управление каналами распространения билетов, приглашениями на мероприятия.
4. Оценка и план логистики. Информационный менеджмент мероприятия.
5. Правила составления шоу программы.
6. Как работать с VIP гостем. Букинговые и концертные агентства.
7. Райдеры и гонорары артистов. Обеспечение безопасности

Тема 2.3. Методы креатива в event-маркетинге
Вопросы для самоподготовки:
1. Зоны пространства мероприятия, шести-ступенчатая структура мероприятия, подарки на мероприятии, VIP-подарки.
2. Материальные и нематериальные подарки.
3. Составление отчета о проведенном мероприятии.
4. Риски в событийном менеджменте.
5. Основные риски и ошибки мероприятий.
6. Принципы успешности событий.

Тема 2.4. Инструменты событийного маркетинга и MICE-индустрия
Вопросы для самоподготовки:

1. Единство и ограниченность времени и пространства. Принцип аттракциона. Взаимность обмена. Ритуальность действия.
2. Принцип субъективности. Принцип драматизации.
3. Наиболее распространённые типы креативных идей в event-маркетинге.
4. Шок-промоушн.
5. Игровой промоушн.
6. Определение MICE.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики
Тема 1.1. Виды событий: принципы успеха
Иллюстрации:

Сколько критериев классификации - столько и видов событий.

Критерий классификации	Виды событий	Формы событий
По маркетинговой среде	Внешние	Промо-акции, пресс- конференции и др.
	Внутренние	Корпоративные события, тренинги, интенсивы.

Критерий классификации	Виды событий	Формы событий
По типу маркетинговой среды	Политические	Митинг, демонстрация, встреча с избирателями, дебаты, государственный праздник, инаугурация и т. д.
	Корпоративные	Корпоративная вечеринка, тренинг, презентация продукции, выставка, промоакция и т.д.
	Социальные	Фандрайзинговая акция, благотворительный концерт и т. д.
	Культурные	Концерт, фестиваль, выставка, перформанс и т. д.
	Научные	Конференция, семинар, выставка научнотехнических достижений
	Спортивные	Спортивное соревнование, показательные выступления, спортивные сборы

Критерий классификации	Виды событий	Формы событий
По характеру взаимодействия участников	Формальные	Любые формы
	Неформальные	

Критерий классификации	Виды событий	Формы событий
По масштабам целевой аудитории	Международные	Саммит, конференция, спортивное соревнование и т. д.
	Государственные	Официальный праздник, инаугурация и т. д.
	Корпоративные	Корпоративная вечеринка, тренинг, презентация продукции, выставка, промоакция и т. д
	Микрособытия	Деловая встреча, романтическое свидание, «закономерная случайность», розыгрыш ит. д.

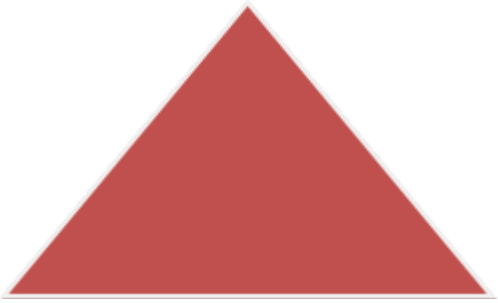
Критерий классификации	Виды событий	Формы событий

По маркетинговым задачам	Закрепляющие достигнутое	Отчетная конференция, корпоративное мероприятие, завершающее длительный цикл деятельности и т. д.
	Направленные на кардинальное изменение ситуации	Ребрендинг, презентация нового продукта и т. д.

Источник: https://bstudy.net/788767/ekonomika/vidy_formy_sobytiy#889

Тема 1.2. Событие как проект
Иллюстрации:

Результат: ход мероприятия концентрируется на коротком отрезке времени



Ресурсы: персонал для Сроки проведения мероприятия планирования и подготовки устанавливаются заблаговременно

Рисунок. 2– Магический треугольник проекта событийного мероприятия
Источник: https://studfile.net/preview/7808192/page:5/

Таблица 1 – Примеры продолжительности подготовки и подведения итогов

Мероприятия	**Продолжительность**	**Подготовительные работы**	**Последствия (помимо прекращения и возвращения домой)**
Олимпиада	2 недели	9 лет (город, спортсмены, строительство, отборочные соревнования)	Использование зданий и сооружений
Конференция	3 дня	1 год: доклады, программы, организация.	Издание сборников материалов и проекты.
Концерт, игра	2 часа	1 год: репетиция, тренировки, продажа билетов.	PR
Праздник	полдня	Полгода: координирование, приглашения.	Изъявление благодарности
Собрание, заседание	2 часа	1 месяц: повестка дня, повестка выступлений.	Протокол, исполнение, претворение в жизнь.

Источник: https://studfile.net/preview/7808192/page:5/

Планирование: от цели к плану



Рисунок 3 – Обратное планирование

Как указано выше, из основной цели вытекают второстепенные цели и меры.

Цель: «Что хотим добиться от event?»

Целевая группа: «К кому должен быть обращен event?»

Бюджет: «Сколько может стоить event?»

Вид: «Каким должен стать event?»

Суть программы: «Что выражает event?»

Участники: «Кто должен участвовать в event?»

Время: «Когда должен состояться event?»

Приглашения: «Как целевая группа узнает о проведении event?»

Обеспечение питанием: «Как предоставляются еда и напитки?»

Место: «Где должен проводиться event?»

Персонал: «Кто задействован в проведении event?»

Цель: «Что хотим добиться от event?»

Общественность: «Как информируются люди о проведении event?»

Организация: «Как мы справляемся с проведением event?»

Расходы: «Как будут регулироваться финансовые вопросы?»

Инфраструктура: «Что должно быть установлено и что должно быть в наличие на месте проведения event?»

Логистика: «Как доставляются товары и люди к месту проведения event?»

Рисунок 4 – Решения планирования событийного мероприятия

Источник: https://studfile.net/preview/7808192/page:5/

Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием

Иллюстрации:

Тема 2.2. Экономические аспекты управления событийным мероприятием в индустрии туризма и гостеприимства

Иллюстрации:



Рис. Комплексный подход к оценке событийных мероприятий, учитывающий принципы устойчивого развития

Источник:
https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiynyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=lh8xn9qkpu602268997

Таблица Классификация форм проведения ивентов в целях оценки экономической эффективности

	Мероприятие со свободным входом	Участие в мероприятии ограничено (по билетам)
Оценка экономического воздействия туризма	Оценка экономического воздействия туризма на мероприятиях со свободным входом	Оценка экономического воздействия туризма на мероприятиях с ограниченным входом
Оценка локальных расходов	Оценка локальных расходов на мероприятиях со свободным входом	Оценка локальных расходов на мероприятиях с ограниченным входом

Источник:
https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiynyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=lh8xn9qkpu602268997



Рис. Методика исследования расходов туристов на событийном мероприятии

Источник:
https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiynyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=lh8xn9qkpu602268997



Рис. Механизм действия туристского мультипликатора в контексте оценки эффективности

Источник: https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiynyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=lh8xn9qkpu602268997

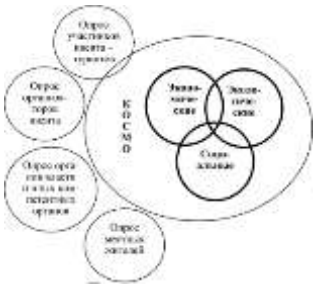


Рис. Компоненты КОСМО

Источник: https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiynyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=lh8xn9qkpu602268997

Тема 2.4. Инструменты событийного маркетинга и MICE-индустрия

Иллюстрации:



Источник: https://studfile.net/preview/7808192/page:2/



Рисунок 1 – Радиальная (кустообразная) структура ментальной карты
Источник: https://studfile.net/preview/7808192/page:2/

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том

числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи),

то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их

нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики

Тема 1.1. Виды событий: принципы успеха

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Виды и формы событий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Издержки.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. Альтернативные модели поведения фирмы

Текст лекции.

Виды и формы событий

Сколько критериев классификации - столько и видов событий.

Критерий классификации	Виды событий	Формы событий
По маркетинговой среде	Внешние	Промо-акции, пресс- конференции и др.
	Внутренние	Корпоративные события, тренинги, интенсивы.

Критерий классификации	Виды событий	Формы событий
По типу маркетинговой среды	Политические	Митинг, демонстрация, встреча с избирателями, дебаты, государственный праздник, инаугурация и т. д.
	Корпоративные	Корпоративная вечеринка, тренинг, презентация продукции, выставка, промоакция и т.д.
	Социальные	Фандрайзинговая акция, благотворительный концерт и т. д.
	Культурные	Концерт, фестиваль, выставка, перформанс и т. д.
	Научные	Конференция, семинар, выставка научнотехнических достижений
	Спортивные	Спортивное соревнование, показательные выступления, спортивные сборы

Критерий классификации	Виды событий	Формы событий
По характеру взаимодействия участников	Формальные	Любые формы
	Неформальные	

Критерий классификации	Виды событий	Формы событий
По масштабам целевой аудитории	Международные	Саммит, конференция, спортивное соревнование и т. д.
	Государственные	Официальный праздник, инаугурация и т. д.
	Корпоративные	Корпоративная вечеринка, тренинг, презентация продукции, выставка, промоакция и т. д
	Микрособытия	Деловая встреча, романтическое свидание, «закономерная случайность», розыгрыш ит. д.

Критерий классификации	Виды событий	Формы событий
По маркетинговым задачам	Закрепляющие достигнутое	Отчетная конференция, корпоративное мероприятие, завершающее длительный цикл деятельности и т. д.
	Направленные на кардинальное изменение ситуации	Ребрендинг, презентация нового продукта и т. д.

Принципы успешности событий

Принцип № 1.

Единство и ограниченность времени и пространства. Очевидно, что мероприятие предполагает место и время проведения. Однако небрежение этим принципом превращает событие в обычную условность. Приведу пример. Сибирский фестиваль альтернативного театра SibAltera проводился раз в год. Для получения большей прибыли правообладатели бренда стали продвигать театральные постановки круглогодично. В результате временные

рамки события-бренда были размыты. Фактически он превратился в бренд промоутерской компании. Событие должно иметь начало и конец. То же происходит и с местом проведения. Участники события должны проживать его вместе. Если Вы организуете мероприятие на слишком обширной площадке и создаете на ней много точек притяжения внимания аудитории, единого события может не получиться.

Принцип № 2.

Принцип аттракциона. Удивляйте! Аудиторию нужно развлекать, дарить ей эмоции. Однако далеко не все может удивить. Теоретики театра и кино давно выделили несколько типов аттракционов, способных развлечь зрителя. Среди них: аттракцион-неожиданность, аттракцион-рекорд, аттракцион-красота, аттракцион-уродство, аттракцион-диковина, аттракцион-чудо, аттракцион-казус, аттракцион-тайна, аттракцион-запрет, аттракцион-скандал, аттракцион-риск и др.

Примеры:

Аттракцион-диковина: любая презентация сверхмодного гаджета, направленная на демонстрацию его особых свойств и функций.

Аттракцион-скандал: пресс-конференция, содержащая в себе скандальные признания знаменитости, предполагающая обнародование сведений скандального характера (шоу-бизнес - тоже бизнес).

Аттракцион-рекорд: практически любое из мероприятий Агентства «Пари», создающего Российскую книгу Гиннеса, все с приставкой «самый».

Аттракцион-красота: легендарные шоу Victoria’s Secret (показы нижнего белья).

Принцип № 3.

Взаимность обмена. Принцип взаимного обмена - в социальной психологии механизм, обеспечивающий взаимный (не обязательно экБивалентный) характер обмена материальными и нематериальными ценностями. Если Вы приветствуете кого-то, протягивая руку, то можете рассчитывать на взаимность. Так принято в человеческом обществе. Если Вы подарили аудитории хорошие эмоции, удивили или развлекли, то можете рассчитывать на взаимность в отношении к своему бренду. Это работает во всех случаях, кроме попытки наглого подкупа. Известен случай, когда промоутеры известного московского клуба собрали на открытие массу известных людей столичного светского общества - от дизайнеров до бизнесменов и звезд эстрады. Заманивая знаменитостей, промоутеры осыпали их подарками. Капиталовложения в итоге стали решающим фактором: клуб «раскрутили», и он получил широкую известность. Однако были услышаны от нескольких гостей того вечера скептические реплики в адрес устроителей. Подкупом нельзя построить ни равные отношения, ни создать хорошую молву о себе. Звезды пришли на вечер, и их фотографии появились на сайте клубного проекта. Однако едва ли они советовали это заведение своим друзьям и знакомым.

С другой стороны, каждое успешное мероприятие, получившее хороший резонанс в виде публикаций, слухов и отзывов, - это всегда результат обмена, главным образом, нематериальными активами. Если гостей влечет на мероприятие не халява, а неподдельный интерес к происходящему, то они так же альтруистично будут рассказывать об увиденном и с радостью потреблять продвигаемую через мероприятие продукцию.

Принцип № 4.

Ритуальность действия. Примеры: обмен рукопожатиями, клятва верности на свадьбе, инаугурация президента и т. д. Корпоративные праздники не являются исключением. Ритуальные действия, чуть размытые ритмами современной жизни, присутствуют в самой основе праздника. Люди стремятся делать то, что принято в подобных случаях. Любое коллективное действие, имеющее символический смысл, воспринимается как ритуал. Но будьте осторожны: современное общество все еще переживает посттравматический синдром относительно всех признаков тоталитаризма. Любая попытка навязать корпоративную идеологию воспринимается как вторжение в личностное пространство. К тому же сотрудники достаточно эмансипировались. Они часто меняют место работы, открывают собственный бизнес и даже становятся фрилансерами. Сохранить баланс между корпоративными и

частными интересами поможет ирония. Хотите петь корпоративный гимн? Сделайте его веселым, без пафоса. Хотите устроить посвящение для новых сотрудников? Вложите в него элемент абсурда! Используйте ритуальные схемы, но сохраняйте ироническую дистанцию к самим себе. Это единственный способ быть понятым.

Пример. Компания «Мегатрон» вывезла своих сотрудников в Турцию на корпоративный музыкальный конкурс «Мегавидение». Вложения были серьезными и организаторы, конечно, попытались вложить в событие корпоративный месседж. В результате многие исполняемые песни фактически превратились в гимны родной компании. В ситуации оказания давления на сотрудников подобная ритуализация могла бы повлечь за собой негативную реакцию. К счастью, этого не произошло. Проект с самого начала был «фановым», предполагал, что сотрудники отдохнут, а не прослушают «курс политинформации». В итоге дальнейшие реплики про «сбор корпоративной секты» носили иронический характер. Вместо излишнего пафоса была сохранна ироничная дистанция к происходящему.

Ритуал - ситуативно обусловленная, воспроизводимая в устойчивой форме последовательность действий («в таких случаях делают так-то»).

Принцип № 5.

Принцип субъективности. Бренд - это не то, что придумали маркетологи, а то, что в итоге считает о нем аудитория. Когда мнение сложилось, поздно кричать «Я имел в виду другое». Это же правило можно применить к событию. Событие не сценарная задумка, а восприятие его участников. Этим восприятием можно управлять как во время мероприятия, так и после него, как применительно к непосредственным участникам события, так и его далеким наблюдателям. Событие произошло, и впечатление уже было произведено. Кто-то остался недоволен. Помните, что подробности недавнего прошлого быстро забываются. Мы очень субъективны в отношении оценки вчерашнего дня. Обобщить картину прожитого нам помогают другие готовые мнения. Предположим, Вы ушли с презентации, испытывая крайнее неудовлетворение увиденным. На следующий день, когда страсти остыли, Вы заходите на промо-сайт и видите позитивные оценки участников. Вы знаете этих людей, отделы и компании, которые они представляют, Вы не можете подозревать их в нечестности. Вы начинаете думать, что первоначальное негативное впечатление - результат вашего плохого настроения или проблем на работе. В результате вы, как правило, пересматриваете первоначальную позицию и находите в событии хорошие стороны. Что же произошло на самом деле? Организаторы мероприятия повели себя как хороший официант в ресторане. Вспомните: официант спрашивает, широко улыбаясь, понравился ли Вам ужин. Как вежливый человек, Вы отвечаете нейтрально-позитивно, даже если не были полностью удовлетворены. После этой позитивной оценки, продолжая невольно избранную линию поведения, Вы оставляете вдвое большие чаевые, чем планировали. Если радушные хозяева вечеринки добродушно спросят на выходе гостей об их впечатлении, то шанс получить хороший отзыв возрастает. Человек проявляет обычную вежливость, а потом просто вынужден придерживаться занятой позиции. К тому же каждый ценит заботу о себе. Так объективно существовавшее событие обрастает массой комментариев. Сбор отзывов превращается из мониторинга общественного мнения в инструмент его создания.

Принцип № 6.

Принцип драматизации. Нередко можно столкнуться с такой ситуацией: профессиональный event-менеджер рассказывает о своей работе. Просишь рассказать о необычном проекте, а в ответ тишина. Обещает прислать фотографии. Перевод с визуального языка на вербальный непрост. Придумал хорошую картинку, объяснил на пальцах дизайнеру, что от него требуется. Мероприятие получилось красивое. Что еще нужно? Оказывается, одной картинки недостаточно. О чем будут писать журналисты? О чем будут рассказывать друзьям участники мероприятия. Если сам event-менеджер не может рассказать о событии, то, что же будут делать участники! Организаторам событий нужно учиться у писателей. Литературное произведение имеет систему персонажей с напряжением и поводом для конфликта в отношениях. У романа есть зачин, развитие событий, кульминация и эпилог.

То же и с мероприятием. Оно придумывается по законам драматургии. Событие должно быть спланировано так, чтобы потенциально могло стать легендарным в жизни компании и ее клиентов. Простой тест: развивая креативную идею, не только описывайте событие (статическая картинка), но и рассказывайте про него (динамичная история). Сделайте участников мероприятия героями своего повествования. Отличный инструмент, позволяющий выйти на новый уровень.

Источник: https://bstudy.net/788767/ekonomika/vidy_formy_sobytiy#889

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Инфраструктура обеспечения питанием (оснащение, центральный склад, сервис). Хранение продуктов питания.
2. Инфраструктура событийного мероприятия: место проведения, безопасность, персонал для инфраструктуры.
3. Использование на мероприятии наличных денег или талонов.
4. Кейтеринг и формирование цен.
5. Кейтеринг, логистика и формирование цен.

1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики

Тема 1.2. Событие как проект

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Маркетинговые мероприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Проектные характеристики маркетингового мероприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Событие как проект

Текст лекции.

Маркетинговые мероприятия представляют собой комплекс мер по привлечению клиентов и повышению объемов продаж. Основные виды маркетинговых мероприятий - это презентации, выставки, распродажи, акции и прочие процедуры. Понятие маркетингового мероприятия гораздо шире, чем просто рекламная акция. Оно включает также процесс исследования и выход на новый сегмент рынка, повышение или понижение цен, ребрендинг и т.д. Необходимо помнить, что процесс управления продвижением товаров обязательно включает в себя проведение маркетинговых мероприятий, которые направлены на достижение контакта с целевой аудиторией. Как правило, планирование маркетинговых мероприятий компании производят после разработки годового бюджета компании. Главная цель организации маркетинговых предприятий - соединить в единое событие время, место и

атмосферу, для того чтобы незаинтересованный и занятой потенциальный потребитель обратил внимание и оценил предназначенную для него информацию о товаре или услуге.

Проектные характеристики маркетингового мероприятия:

1. Наличие цели и измеримых результатов.
2. Ограниченность времени. · Ограниченность ресурсов.
3. Обособленность от прочих замыслов.
4. Оргструктура под проект.

Самое важное в планировании и управлении событийным мероприятием — определить цель, осознать ее и не упускать из виду. Событийное мероприятие не происходит само по себе, его далеко не так просто устроить. Он планируется целенаправленно, чтобы служить определенной надобности. Перед ним могут стоять следующие цели:

– непосредственный эффект (поступления от реализации приуроченной к событийному мероприятию продукции, в особенности от продажи входных билетов и товаров);

– воздействие на конкретных людей (средства информирования, образование, политика, продажи);

– обеспечение всесторонней осведомленности об объекте (место, здание, помещение). Привлечение внимания людей к мероприятию или объекту. Сюда же относится и поездка на место события;

– инициирование проекта, привлечение участников, спонсоров, общественности и обозревателей, их мотивирование;

– перенесение позитивного атрибута событийного мероприятия на объект.

Каждое событийное мероприятие ориентировано на определенную цель. Чтобы добиться цели, событийный маркетинг должен учитывать интересы клиентов (участников):

– событийное мероприятие должно быть активным и увлекательным;

– событийное мероприятие должно производить благоприятное впечатление на участников;

– планирование событийного мероприятие должно быть четким и не допускать сбоев. Исключительные события затрагивают эмоциональную сферу и могут служить для:

1. Сообщения информации.
2. Побуждения к активности и мотивирования.
3. Формирования основного стиля поведения и установления норм.

В определении мероприятия на первый план выносится не субъективное переживание, а объективный ход событий. Планирование и проведение мероприятий важны для предпринимательства и прочих общественных институтов по многим причинам. Широкий спектр мероприятий можно классифицировать по таким критериям, как вид (характер, способ проведения), масштабы и цель.

Следующие соображения должны быть учтены в отношении каждойгруппы участников. Участники могут:

– обязать себя к участию в мероприятии за гонорар и с условием возмещения издержек (стоимости поездки, накладных расходов);

– участвовать в мероприятии без убытка для себя либо понеся только личные расходы (например, оплатив проезд) (путь протяженностью 100 км занимает по меньшей мере два часа и стоит приблизительно 50 евро, что сопоставимо с расходами на само событие);

– быть вынуждены оплачивать участие в мероприятии либо сообщать о своем прибытии;

– получить приглашение (в т. ч. персональное приглашение), участники, тем не менее, постоянно расходуют свое личное время, причем не только на собственно участие, прибытие и отъезд, но и на информацию о мероприятии (пассивно — посредством чтения, активно — путем расі іросrраі гения информации), а также на сообщение о своем прибытии, приобретение входных билетов, сборы в дорогу.

Количество предлагаемых мероприятий продолжает расти, а диапазон их содержания становится все шире, что неизбежно отнимает имеющееся свободное время участников (за вычетом предусмотренного обязательствами). Поэтому организатор событийного мероприятия должен активно побуждать к участию все группы лиц. Диапазон его действий

простирается от информирования участников и побуждения их к принятию решений до усиления их решительности, с тем чтобы обеспечить гарантию участия также и в конкурентной ситуации. В зависимости от вовлечения тех или иных групп лиц планирование участия и количества участников должно осуществляться по-разному. Обслуживание участников до, во время и по окончании мероприятия является важным вкладом в достижение успеха. Большое значение имеет активизация участников, ведущая к размыванию границ между группами.

При планировании и реализации проекта важны как подготовительные работы, так и подведение итогов с анализом результатов.

Инициирование и старт:

– видение, постановка цели;

– программа, информирование, концепция событийного мероприятия;

– стратегия, планирование, концепция подготовки и хода мероприятия. Подготовка и пуск:

1. Планы (предварительные работы, проведение, оценка результатов):

— событийное мероприятие (содержание, участники, маркетинг);

— логистика (действующие лица, посетители, материалы);

2. Анализ рисков, структурирование, организация;

3. Реализация.

Действие (проведение мероприятия):

– приветствие участников, обслуживание и проводы;

– текущий контроль.

Последействие и подведение итогов:

– демонтаж сооружений и оборудования;

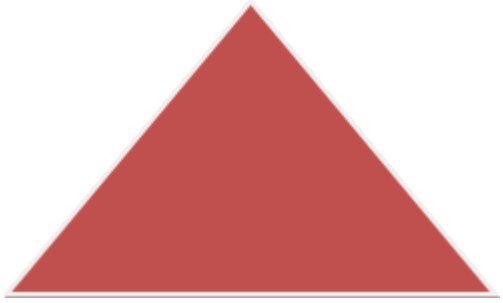
– документирование;

– обратная связь, оценка ответов, обработка данных, внесение усовершенствований;

– освобождение от обязанностей и привлечение сотрудников;

– принятие решений о дальнейших мероприятиях. Планирование и подготовка событийного мероприятия представляет собой типичный проект (рисунок 2).

Результат: ход мероприятия концентрируется на коротком отрезке времени



Ресурсы: персонал для Сроки проведения мероприятия планирования и подготовки устанавливаются заблаговременно

Рисунок. 2– Магический треугольник проекта событийного мероприятия

«Магический треугольник» проект-менеджмента для событийного маркетинга отличается особой спецификой выражения и краевых условий.

Собственно мероприятие является лишь незначительной частью проекта. Предварительные работы по времени могут превосходить его в сто и более раз.

Таблица 1 – Примеры продолжительности подготовки и подведения итогов

Мероприятия	**Продолжительность**	**Подготовительные работы**	**Последствия (помимо прекращения и возвращения домой)**
Олимпиада	2 недели	9 лет (город, спортсмены,	Использование зданий и

		строительство, отборочные соревнования)	сооружений
Конференция	3 дня	1 год: доклады, программы, организация.	Издание сборников материалов и проекты.
Концерт, игра	2 часа	1 год: репетиция, тренировки, продажа билетов.	PR
Праздник	полдня	Полгода: координирование, приглашения.	Изъявление благодарности
Собрание, заседание	2 часа	1 месяц: повестка дня, повестка выступлений.	Протокол, исполнение, претворение в жизнь.

В процессе подготовки, естественно, затраты средств и труда распределяются неравномерно. Запланированные действия с самого начала должны осуществляться своевременно. Контроль и управление предполагают, что и подведение итогов будет спланировано и инициировано вовремя.

Таким образом, не столь очевидные издержки на подготовительные работы, подведение итогов и инфраструктуру оказываются на порядок выше, чем расходы на собственно мероприятие.

При планировании мероприятия речь идет прежде всего о следующих моментах:

– вопрос, вытекающий из постановки цели: «для чего это все?»;

– определение отдельных целей: «что должно получиться?»;

– вопрос, на основании которого планируются все действия: «что нужно для этого делать?»;

– далее определяется, кто будет выступать и что будет происходить: «кто? когда? что делает?»;

– требуемая подготовка задается постановкой вопроса: «что для этого необходимо?».

При постановке новых задач и установлении сроков для отдельных этапов задач, решаемых по частям, возникает необходимость в обратном планировании. Это значит, что отталкиваться нужно от конечного результата, т. е. не от событийного мероприятия, но от достигаемой благодаря ему цели. Таким образом определяются промежуточные цели, вспомогательные меры и конкретные шаги. Автоматически планом охватываются такие действия, которые способствуют достижению целей либо устраняют препятствия на пути к ним (рисунок 3).



Планирование: от цели к плану

Проведение: от плана к результату

Рисунок 3 – Обратное планирование

Как указано выше, из основной цели вытекают второстепенные цели и меры. В данном случае можно использовать матрицу целей и мер. Меры могут быть включены в сетевой план в процессах с обозначенными сроками и этапами.

Следующий рисунок сводит воедино этапы принятия решений в процессе планирования событийного мероприятия (рисунок 4).

Цель: «Что хотим добиться от event?»

Целевая группа: «К кому должен быть обращен event?»

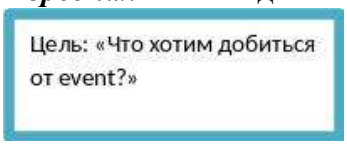
Бюджет: «Сколько может стоить event?»

Вид: «Каким должен стать event?»

Суть программы: «Что выражает event?»

Участники: «Кто должен участвовать в event?»

Время: «Когда должен состояться event?»
Приглашения: «Как целевая группа узнает о проведении event?»
Обеспечение питанием: «Как предоставляются еда и напитки?»
Место: «Где должен проводиться event?»
Персонал: «Кто задействован в проведении event?»



Общественность: «Как информируются люди о проведении event?»
Организация: «Как мы справляемся с проведением event?»
Расходы: «Как будут регулироваться финансовые вопросы?»
Инфраструктура: «Что должно быть установлено и что должно быть в наличие на месте проведения event?»
Логистика: «Как доставляются товары и люди к месту проведения event?»
Рисунок 4 – Решения планирования событийного мероприятия
В основу успеха должно быть положено тщательное планирование и безупречная организация каждого мероприятия: здесь необходимо действовать систематически и избегать распространенных ошибок. Исключительность события приносит и дополнительную выгоду, которая проявляется по прошествии времени, когда становится ясно, что возможные сбои и неудачи удалось предупредить, и подтверждается оправданность мероприятия.
Оценка экономического эффекта от проведения событийного мероприятия. Сложность экономической оценки заключается в том, что событийный маркетинг часто работает не на сиюминутное повышение продаж, а на долговременные задачи создания и поддержания имиджа бренда. В этих условиях использование событийного маркетинга может рассматриваться заказчиком едва ли не как альтруизм, а исполнителем — едва ли не как чистое искусство. Однако при всей сложности измерения результатов специального мероприятия попытки хотя бы приблизительной оценки необходимы для обеих сторон: заказчик должен знать, ради чего он вкладывает средства в производство мероприятия, исполнитель — каков реальный эффект его работы и ради чего заказчик вступает во взаимодействие с ивент- компанией.
Невозможно измерить аффект от воздействия мероприятия сразу после его проведения, поэтому первоначальный договор не должен предполагать предоставления отчета на следующий день после мероприятия. Событие, существующее в сознании целевых аудиторий, должно быть локализовано во времени и пространстве, обладать логической завершенностью внутренней драматургии. Что касается событийного менеджера, то уже на следующий день после мероприятия ему следует озаботиться вопросом предварительной оценки эффективности мероприятия и развития его информационного результата.
Стимулирование публикаций в СМИ, а также сообщений с мероприятия на внутрикорпоративном уровне позволяет пролонгировать информационный эффект и закрепить его воздействие на целевые аудитории. Следует также отметить, что вопрос об эффективности событийного маркетинга не может быть решен в универсальном, обобщающем ключе: средства и критерии оценки тесно связаны с формой и целями мероприятия.
Начнем с мероприятий, направленных на продвижение продукта во внешней маркетинговой среде.
Можно выделить несколько базовых ситуаций, от которых зависят перспективы исследования маркетингового эффекта:

1. «Чистая ситуация». Это ситуация, когда компания не использует большое количество рекламы, и прямых продаж.
2. Вторая ситуация связана с продвижением нового продукта. Если это продвижение начинается со специальной акции или продажи, можно фиксировать по ее результатам, что сильно упрощает задачу атрибутировать эффект события. Так происходит на выставках, где также осуществляется продажа.

3. Процедура сопоставления сегмента рынка. Это очень важная находка при определении эффекта. Необходимо выяснить, на какой сегмент рынка воздействует мероприятие и посредством маркетингового исследования диагностировать произошедшие изменения.

4. Использование кооперирующих фирм. Можно прибегнуть к статистике дилеров для определения изменений, происходящих в различных сегментах рынка.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что все предложенные ситуации описывают один и тот же критерий — продажи и фиксируют взаимосвязь продаж со специальным мероприятием, направленным на их стимулирование.

Продажи, однако, не являются единственным критерием оценки эффективности мероприятия, даже на внешнекорпоративном уровне. В какой-то мере эффект специального мероприятия невозможно о ценить до конца. Существуют способы диагностики мнения потребителей (если мероприятие направлено на внешнюю маркетинговую среду). Так, в ходе мероприятия можно обменяться контактами с участниками в виде электронных адресов. Навязывание отношений после мероприятия может внушить потребителю чувство протеста и дать эффект, обратный желаемому. Так, если мероприятие содержит интересный визуальный ряд (а это должно быть именно так), можно предложить потребителям оставить свои электронные адреса, на которые в дальнейшем будут высланы фотографии с мероприятия. В письме, помимо фотографий, следует поместить благодарности за участие в событии, различные пожелания, а также просьбу дать «экспертную» оценку, выразив отношение к бренду или событию. Эта просьба может завершаться гппер-ссылкой, ведущей корреспондента на страничку с анкетой размещенной на сайте компании.

Еще одним способом измерения эффекта мероприятия являются публикации в СМИ. Этот критерий чаще всего используется в том случае если мероприятие рассматривается в первую очередь как информационный повод. Главное при оценке данного критерия — учитывать не количество публикации, а соответствие источника вашей целевой аудитории.

Следующий механизм, способный дать оценку результатов мероприятия, — проектный менеджмент. К сожалению, в проектном менеджменте оценка результатов проекта разработана хуже всего. Однако можно взять на вооружение основную логику — ориентацию на цели. Нельзя отрицать этот тезис из-за его простоты и очевидности, ведь ивент-агентство (и даже ответственное лицо и компании) может выдавать побочный результат за основной. Имеет смысл при чтении и составлении отчетных документов абстрагироваться от эмоциональных впечатлений о мероприятии и обратить внимание на реализацию поставленных целей. То, что мероприятие было организовано, собрало целевую аудиторию и прошло без проблем — хороший, но не основной результат. Важно оценить реакцию целевой аудитории.

Помимо уже перечисленных видов оценки, существует метод непосредственного наблюдения за участниками мероприятия. Этот метод нельзя представить численно, однако он одинаково важен при оценке событий как внешней, так и внутренней маркетинговой среды. Нужно отметить, что компания-заказчик не должна ожидать от исполнителя каких-либо комментариев относительно выявившихся в ходе события аспектов отношения целевой аудитории к бренду, если это не оговорено в рамках предварительных договоренностей.

Грамотный HR на корпоративном мероприятии должен сам взять на себя функцию диагности-ческого наблюдения за реакциями аудитории. Это наблюдение возможно и в повседневной работе, но на специальном мероприятии взаимодействие представлено в открытой и концентрированной форме. Интерес для наблюдателя должны представлять не только ответные действия аудитории, но и их динамика на протяжении мероприятия. Хорошее настроение целевых аудиторий не исключает того, что после события сам бренд вскоре будет позабыт. Поэтому наблюдатель должен обратить внимание не только на то, как реагируют участники события на происходящее, но и на то, как в коде мероприятия представляется бренд. Это важно потому, что даже на этапе оценки концепции и чтения сценария можно представить себе мероприятие в общих чертах.

Со стороны подрядчика необходимо проявить особое внимание к построенному взаимодействию с компанией-заказчиком. Даже если мероприятие не предполагает мгновенного измеряемого эффекта, как в большинстве корпоративных событий, нужно выбрать какой-либо способ оценки мероприятия и составить на его основе отчет для заказчика. Это следует делать даже в том случае, когда договорные обязательства от вас этою не требуют, ведь существует интерес в работе с этим клиентом в будущем. Отчет следует сопроводить устным комментарием, не ограничиваясь высланным по почте документом. Это увеличит шанс повторного обращения или даже заключения годового контракта[1].

Чтобы суметь определить общие затраты во время работы над проектом в целом и в процессе планирования, нужно продуманно распределить все затраты по их видам и носителям. Основу для такого разделения вновь составляет структурный план проекта, разбивающий целостное мероприятие на обозримые участки работ. Возможное распределение затрат по их видам и носителям в рамках событийного мероприятия выглядит следующим образом.

Виды затрат:

1) Затраты на отдельные проекты:

— затраты на персонал;

— затраты на материалы;

— арендная плата за необходимое оборудование;

— расходы на необходимые устройства и механизмы;

— расходы на сторонние услуги;

— дорожные расходы, затраты на обучение и специальную литературу;

— затраты на электронную обработку данных;

— затраты на безопасность и транспортные расходы. • Затраты на проект в целом:

— затраты на управление;

— затраты на обслуживание проекта;

— арендная плата;

— прочее.

Носители затрат:

1. Проект в целом.
2. Составляющая проекта.
3. Рабочий пакет.

Распределение общих затрат на проект по видам и носителям имеет большое значение для последующего контроллинга, поскольку именно благодаря ему возможно провести продуманное сравнение плановых и фактических расходов в процессе реализации проекта. Далее имеет смысл приурочить отдельные затраты к запланированным отрезкам времени и все имеющиеся на данный момент затраты представить на временной шкале. Таким образом можно вовремя распознавать «финансовые бреши» и принимать соответствующие меры. Чтобы в процессе реализации проекта иметь возможность контролировать затраты, необходимы представления оценок затрат отдельных рабочих пакетов, которые послужат основой. Отчеты о выполнении работ, представляемые ответственными за отдельные рабочие пакеты, должны содержать сведения об уже осуществленных затратах, а также, что не менее важно, учитывать следующие моменты:

– начатый рабочий пакет и сделанные заказы/поручения сторонним фирмам;

– степень разработанности рабочих пакетов (продвинутость в процентном отношении);

– завершенный и прошедший проверку рабочий пакет;

– возникающие при этом затраты на персонал и стоимость имущества в расчете на рабочий пакет.

Чистого сравнения получающихся и запланированных затрат тем не менее оказывается недостаточно, чтобы проконтролировать весь поток затрат, поскольку отклонения от плана могут быть обусловлены различными причинами, наслоения которых друг на друга способны привести к искажению фактической проблемы. В связи с этим могут возникнуть ошибки в

расчетах, а неверно намеченные меры по управлению не принесут ожидаемого позитивного результата или, в худшем случае, еще более усугубят отклонения от плана[2].

1 http//eventmarket.ru.tesla.mtv.ru

2 У.Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаусе, Р.Мозер, М. Целлер.,Event-Менеджмент. 2007-381с.

Источник: https://studfile.net/preview/7808192/page:5/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Инфраструктура обеспечения питанием (оснащение, центральный склад, сервис). Хранение продуктов питания.
2. Инфраструктура событийного мероприятия: место проведения, безопасность, персонал для инфраструктуры.
3. Использование на мероприятии наличных денег или талонов.
4. Кейтеринг и формирование цен.
5. Кейтеринг, логистика и формирование цен.

1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Сущность ивент-менеджмента	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Технология event-менеджмента	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Управление проектами в ивент-менеджменте	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4.	Планирование и разработка проектов событий в ивент-менеджменте	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием

Текст лекции.

Сущность ивент-менеджмента Event-менеджмент включает в себя действия от постановки цели и увязывания ее со стратегическими задачами, оперативным планированием и проведением мероприятий в заранее определенных пространственно-временных рамках. При этом в центре event-менеджмента находится целевая аудитория проектируемого события и заказчики проведения данного мероприятия. Ивент-менеджмент или событийный менеджмент представляет собой "комплекс мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий, задача которых заключается в том, чтобы сделать из обычного мероприятия уникальное событие, которое запомнится целевой аудитории" [1]. Содержание события представляет собой совокупность различных сюжетных ходов, художественных приемов, реализуемых с помощью артистов, специальной техники, компьютерных эффектов, музыки и т.п. Запланированные события – это пространственно-временной феномен, каждый из них уникален вследствие взаимодействия окружающей обстановки, публики, систем управления, включая разработку отдельных элементов и программы. Каждое событие создается с конкретной целью, а сам процесс их создания является прикладной областью менеджмента, которая включает в себя управление планированием, проведением и профессиональной реализацией специальных мероприятий, к которым, например, можно отнести фестивали, государственные праздники, спортивные соревнования и т.п. Кроме того, к сфере событийного менеджмента относят также бизнес-мероприятия, встречи, выставки, конференции, форумы, саммиты, и частные мероприятия, например, свадьбы, юбилеи и т.п. Таким образом, сущность событийного менеджмента проявляется в управлении организацией специальных мероприятий. В этой связи отправной точкой event-менеджмента выступает определение характера события, повода для проведения мероприятия, в соответствии с которыми формируется цель и задачи организации события. В зависимости от характера мероприятия, можно выделить следующие типы событий: социально-ориентированные события: спортивные мероприятия и соревнования, праздники, пропаганда, массовые гуляния, музыкальные выступления, концерты; деловые события: семинары, выставки, конференции; благотворительные: мероприятия по сбору средств, открытие фондов; особо-значимые события: годовщины, церемонии, поздравления, открытия социальных объектов, торжества; рекламные и маркетинговые события: акции, распродажи, открытие новых торговых точек и т.п. Следует отметить, что одно событие может по своему характеру соответствовать двум типам, например, организация праздника, посвященного годовщине основания города. Развитие событийного менеджмента обусловлено в первую очередь тем, что организация и управление проведением любого мероприятия требует значительных интеллектуальных и материальных затрат, а также времени. Поэтому вопросы эффективного управления в событийной сфере обусловили развитие ивент-менеджмента, к которому относят: определение конечных целей события, формирование совокупности задач, достижение желаемого общественного резонанса в результате организации конкретного события. В настоящее время событийный менеджмент представляет собой также один из эффективных PR-инструментов, применение которого предполагает получение определенного эффекта в плане влияния на потребности и интересы общественных групп. Событийный менеджмент связан исключительно с намеренно организованными мероприятиями, которые проводятся по вполне определенному поводу или приурочены к конкретному событию. Сфера ивент-менеджмента не распространяется на случайные, спонтанные или внезапные мероприятия. Таким образом, событийный менеджмент включает в себя все действия и меры, которые предусматриваются при планировании, организации, контроле и управлении проектом или событием, чтобы проводимое мероприятие стало исключительным событием. Это достигается не только за счет оригинальности идеи, но и за счет донесения ее до целевой аудитории, а также способа ее подачи и представления. Ключевые аспекты event-менеджмента представлены на рисунке. Бюджет мероприятия должен включать в себя расходы на само мероприятие и дополнительные организационные мероприятия, например, интервью для прессы, телеэфиры, пресс-конференции и т.п. Следует отметить, что желаемый эффект от мероприятия не должен быть ниже возможных затрат на его осуществление. План-график должен быть составлен

таким образом, чтобы исключить все спорные моменты в отношении сроков проведения самого события и всех подготовительных этапов. Вопросы кадрового обеспечения крайне важны в технологии event-менеджмента, так как именно за счет правильно подобранных людей, включая необходимое количество артистов, технических специалистов, охранников, промоутеров и т.д., мероприятие превращается в событие. В рамках этого управление организацией каждого конкретного события должно предусматривать и доставку оборудования, подготовку площадки, проведение переговоров с подрядчиками, причем эти вопросы должны быть проработаны до того, как механизм подготовки к проведению мероприятия придет в действие. Вопросы финансирования должны учитывать за счет каких средств будет организовываться мероприятие, возможно ли привлечение спонсоров, каков будет порядок финансирования и т.п. Наконец, коммуникативные аспекты, включая PR планируемого события и освещение его в СМИ, призваны обеспечить необходимый отклик и общественный резонанс. Поэтому в рамках event-менеджмента организация мероприятия должна включать и четкую программу, в которой регламентируется планируемый коммуникационный, информационный и общественный эффект от проведения данного события. Технология event-менеджмента При сбалансированном учете указанных аспектов особые мероприятия результативны практически во всех случаях, основные отличия сводятся к размеру приглашаемой аудитории и масштабам акции. Вместе с тем, в рамках ивент-менеджмента мероприятия разрабатываются в одном из трех вариантов: Концепция планируемого события разрабатывается специалистами-организаторами, которые исходят из какой-либо творческой идеи. Концепция планируемого события формируется под конкретного заказчика, который путем проведения данного мероприятия планирует достичь и реализовать какие-либо собственные цели, стоящие перед ним в данный момент времени. Концепция события прорабатывается заказчиком проведения мероприятия самостоятельно, а затем он ищет подрядчика или подрядчиков для его проведения В первом случае, организаторы прогнозируют, кого они могут привлечь к проведению данного события, ищут спонсоров для финансирования проекта и т.д. Следует отметить, что в современных условиях сложно представить крупные мероприятия, которые проводятся организаторами исключительно в целях развлечь аудиторию, поднять какие-то социальные проблемы или просто соответствовать интересам (хобби) какого-либо сегмента населения. Исключение составляют события, которые организуют государственные органы или крупные глобальные структуры. Второй вариант предполагает, что основной спонсор мероприятия лично заинтересован в организации события, поэтому его доля в финансировании данного проекта составляет полную стоимость либо является мажоритарной. В этой связи можно говорить о целевых ориентациях заказчика проведения мероприятия, которые благодаря технологиям event-менеджмента превращается в громкое событие. Третий вариант характерен для крупных компаний. Например, достаточно крупные федеральные корпорации объявляют тендер на проведение акции среди агентств, выбирая затем лучший из предложенных сценариев, такой вариант стал весьма распространенным благодаря совокупной эффективности организации события. Можно сделать следующий вывод: По своему содержанию событийный менеджмент представляет собой комплексную программу управления проектом реализации конкретного мероприятия. В соответствии с концепцией управления проектами, как и любой проект, любое событие, относящееся к сфере событийного менеджмента, имеет свое начало и логичное завершение. Управление проектами в ивент-менеджменте Управление проектом организации события начинается с "постановки целей, которые должно решать предстоящее событие, а завершается не столько даже самим событием, сколько подведением итогов – были ли достигнуты поставленные цели" [2]. В зависимости от поставленных целей выстраивается логистика, драматургия, сценография мероприятия. Затем нанимаются подрядчики, если в них есть необходимость и решаются все остальные управленческие, организационные, экономические, технические, финансовые, социальные и иные вопросы, имеющие прямое и косвенное отношение к проекту проведения данного события. Управление проектами в event-индустрии имеет специфические особенности, которые заключаются в необходимости

соблюдению баланса между возможностями в проведении мероприятия и превращением его в уникальное событие. Ивент-менеджмент должен исходить из того, что при наличии ограниченных ресурсов, временных рамок и требований к качеству проекта организации мероприятия необходимо реализовать его осуществление в соответствии с поставленными целями и интересами целевой аудитории. Организаторы мероприятий всегда ограничены сроками, стоимостью используемых ресурсов и требованиями к качеству проведения события, которое должно достичь целевой аудитории, отвечать ее интересами и актуальным тенденциям современного общества. В этой связи, эффективная реализация проекта проведения мероприятия позволяет достичь поставленных целей перед организаторами проекта, а применение эффективных приемов методологии управления проектами помогает регламентировать данный процесс. Это требует гораздо большей сосредоточенности на работе с индивидуальными решениями, субъективным восприятием и психологическими эффектами, нежели на экономике и организации производства и технических приемах. В этой связи в event-индустрии расширяется практика применения методологии управления проектами при организации и проведении мероприятий. В рамках ивент-менеджмента проект представляет собой организацию и проведение мероприятия в формате обособленной совокупности задач, связанных с достижением запланированной цели, которая обычно имеет уникальный и неповторяющийся характер. Планирование и разработка проектов событий в ивент-менеджменте При подготовке к проведению мероприятия, технология ивент-менеджмента эффективно комбинируется с фазами управления проектами и концепцией проектного управленческого воздействия. В соответствии с этим, подготовка события, начинаясь с фаз исследования и разработки проекта, должна учитывать следующие факторы согласно технологии событийного менеджмента: Планы партнеров, участников, спонсоров мероприятия. Индивидуальные характеристики целей партнеров и спонсоров мероприятия, которые они планируют достичь по итогам проведения события. Оригинальность идеи, которая должна отличаться творческим подходом к ее воплощению на практике. Дистанционное отстраивание как от аналогичных событий в данной сфере, так и от концепций, визуально-смысловых характеристик и методов воплощения события на аналогичных мероприятиях, проводимых другими организаторами. Временные параметры события и сроки его реализации во взаимосвязи с проводимыми одновременно мероприятиями, целевой аудиторией, погодными условиями, социально-экономической обстановкой и т.п. Качественные и количественные характеристики человеческих, материальных, технических, финансовых, организационных и других ресурсов, которые имеются в наличии. На стадии исследования при подготовке к проведению мероприятия организаторы должны проработать каждый из указанных факторов. На стадии планирования события часто применяются методы мозгового штурма, метод "635" и иные аналогичные приемы генерации идей, способов решения стоящих перед организаторами события вопросов, что способствует получению максимально возможного числа творческих идей для решения отдельных задач при организации события. Для оценки востребованности планируемого мероприятия проводятся исследования методами фокус-групп, опросов и т.п., что позволяет получить достоверные сведения о том, будет данной событие интересно для целевой аудитории. "Планируя мероприятие, организаторы должны оценить не только ожидаемые действия от пришедшей аудитории, но и то, что эта аудитория в действительности будет делать во время мероприятия" [1]. На этапе разработки проекта необходимо проработать все аспекты, относящиеся к процессу проведения мероприятия. В частности, организаторы должны сделать так, чтобы каждый нашел на мероприятии свое место. Например, при планировании массового мероприятия, vip-персоны должны легко найти место для общения и отдыха, а молодежь – место для танцев и т.п. В соответствии с этим на этапе разработки проекта мероприятия организаторам необходимо проработать размещение идентификаторов самого события, отдельных зон на территории проведения, специальных обозначений и собственно программу запланированных действий. В качестве наиболее эффективных идентификаторов, в том числе и отдельных этапов события, могут служить высказывания

ведущих, конкурсы, музыка, элементы внешнего и внутреннего оформления, символика события, увеличенные макеты, видеоряд и другие их формы. Управление проектом проведения мероприятия в рамках event-менеджмента предполагает необходимость взаимодействия со СМИ. При этом, следует отметить, что даже если событие организуется единственной коммерческой структурой, лучше, чтобы информация и пресс-релизы поступали не от пресс-службы данной компании, а от организаторов мероприятия. Так повышается уровень доверия со стороны СМИ к планируемому мероприятию. Кроме того, если организаторами выступает рекламное или маркетинговое агентство, то, действуя в интересах заказчика, они используют свои связи для взаимодействия с медиаструктурами, проводят мониторинг и подготавливают отчеты о взаимодействии со СМИ. Основным стимулом для получения желаемого эффекта в СМИ служит само мероприятие, оно должно быть современным, ярким и интересным обществу, а также непосредственно целевой аудитории. В связи с этим, организаторы ориентируются на тенденции, отслеживают их и готовят для аудитории тот сюжет события, который они хотят видеть. В событийной сфере коммерческая сторона идеи всегда должна быть вторичной в понимании аудитории. Придание же мероприятию еще и социального характера обеспечивает дополнительный интерес со стороны журналистов. В данном случае пресс-конференции и организация интервью служат отличным дополнением к информационной среде планируемого события. Оценивая результаты организованного события, согласно концепции управления проектами, "event-менеджмент должен включать анализ позитивных и негативных отзывов в СМИ. В данном случае не может идти и речи о разбирательстве с журналистами, наоборот, имеет смысл встретиться с журналистом, с целью получения дополнительной информации и независимой оценки" [3]. На стадии реализации проекта event-менеджмент характеризуется тремя основными аспектами [1], которые показаны на рисунке. Отличительные черты реализации проекта в рамках ивент-менеджмента При проведении мероприятия, event-менеджмент предполагает использование не стандартных ходов, но главное не переусердствовать, иначе может возникнуть неверная реакция на предпринимаемые действия. Все действия должны основываться на достоверной информации. После окончания мероприятия, следует провести оценку организованного события. "Не существует единственного надежного и однозначно верного инструмента для оценки мероприятий в рамках event-менеджмента, поэтому следует использовать более одного метода анализа эффективности" [4]. В ивент-менеджменте следует ориентироваться на стратегические ориентиры в воздействии на мнения и взаимоотношения людей, которые значительно увеличивает вероятность достижения желаемых результатов. Наконец, оценка проведенного события должна учитывать его различное восприятие представителями даже относительно единой целевой аудитории. Поэтому оценивать эффект от организации мероприятия в событийной сфере следует сегментировать целевую аудиторию на внутренние подгруппы, которые необходимо оценивать с позиций достижения поставленных целей и решения задач, которые были определены перед началом реализации проекта.

Литература:

Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы. – М.: Эксмо, 2010 Назимко А. Событийный маркетинг: Руководство для заказчиков и исполнителей. – М.: Вершина, 2010 Корсакова М.С. "Ивент-агентство "Альфа" на грани краха. Правила построения эффективной сервисной компании" – М.: Альпина Паблишер, 2012 Хальцбаур У., Йеттингер Э., Кнаусе Б., Мозер Р., Event-Менеджмент. М.: Эксмо, 2007.

Источник: Нестеров А.К. Ивент-менеджмент // Энциклопедия Нестеровых - https://odiplom.ru/lab/ivent-menedzhment.html?ysclid=lh8wnvgkmc997758963

Источник: https://odiplom.ru/lab/ivent-menedzhment.html?ysclid=lh8wnvgkmc997758963

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Контроллинг во время проведения мероприятия.
2. Контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай ЧП.

3. Концепция событийных мероприятий: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.
4. Креатив, бейчмаркинг и типы креативных идей в событийном
5. Креативные техники - мозговой штурм и морфологический метод.

1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.2. Экономические аспекты управления событийным мероприятием в индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Эффективность и эффекты экономического воздействия событийных мероприятий	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Классификация форм проведения ивентов в целях оценки экономической эффективности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

Текст лекции.

Эффективность в общепринятом понимании означает получение какого-то определенного эффекта, т.е. действенность результата.

Экономическая эффективность - это процесс хозяйствования, результат которого выражается определенной выгодой, достигнутой при определенных затратах денежных, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы.

Экономическая эффективность туризма означает получение выигрыша (экономического эффекта):

- • от организации туризма в масштабах государства;
- • туристского обслуживания населения региона;
- • производственно-обслуживающего процесса туристской фирмы.

Экономическая эффективность туризма является составным элементом общей эффективности общественного труда и выражается определенными критериями и показателями.

Под критерием следует понимать основное требование к оценке правильности решения поставленной задачи. Необходимость критерия возникает потому, что следует четко определить, с каких позиций подходить к расчету эффективности производственно-обслуживающего процесса туризма.

Эффективность любого событийного мероприятия рассматривается с нескольких точек зрения:

- 1) экономической;
- 2) экологической;
- 3) социальной.

Рассмотрим варианты оценки всех факторов влияния событийных мероприятий.

Согласно рис. 3.17, ивенты, помимо экономических эффектов, оказывают влияние на социальную сферу и экологию региона, в котором они проводятся. Учет именно вышеперечисленных трех факторов полностью соответствует концепции устойчивого развития.

Экономическая эффективность от проведенного событийного мероприятия для региона может быть оценена в зависимости от формата мероприятия. Рассмотрим основную классификацию форматов ивентов в целях оценки экономической эффективности (табл. 3.8).

Мероприятия со свободным входом проходят, как правило, на открытых площадках, где вход не ограничен. Оценка таких мероприятий представляется достаточно трудоемким процессом, вследствие необходимости подсчета количества участников «по головам».

Мероприятия с ограниченным входом предполагают проход участников через пункты пропуска по билетам или пригласительным. Подсчет участников на таком мероприятии осуществляется по количеству реализованных билетов.

Экономическое воздействие туризма - это изменение продаж, доходов, рабочих мест в связи с прямыми, косвенными тратами туристов в определенном регионе. В расчет не берутся траты людей, постоянно проживающих на данной территории.

Локальные расходы — это расходы всех участников мероприятия, в том числе местных жителей, включая стоимость входных билетов на мероприятие, в кино, на концерты, расходы на парковку, напитки, сувениры и др.

Экономическое воздействие событийного мероприятия - это оценка изменения экономической активности региона, вызванной туристами, прибывшими в регион в целях посещения событийного мероприятия. Данный показатель выражается в количестве туристов, посетивших регион в целях участия в событийном мероприятии; экономическом воздействии - количестве денежных средств, которые потратили туристы в связи с участием в событийном мероприятии; количестве вновь созданных рабочих мест, количестве налоговых отчислений. В расчет также берутся так называемые дифференциальные или увеличивающиеся расходы туристов, которые покидают свой населенный пункт в целях посещения собы-тийного мероприятия, проходящего за пределами места их постоянного проживания. Дифференциальные расходы - это денежные средства, потраченные в связи с участием в событийном мероприятии. В противном случае, эти средства не были бы потрачены.



Рис. Комплексный подход к оценке событийных мероприятий, учитывающий принципы устойчивого развития

Главная цель оценки экономического воздействия туризма - измерить влияние отдельного событийного мероприятия на экономику.

Основной метод оценки экономического воздействия событийных мероприятий основан на спросе. Ключевой метод измерения спроса - это количество туристов и, как следствие, совокупность денежных средств, потраченных данными туристами в дестинации.

На рис.представлен механизм опроса туристов в ходе проведения ивента. Расходы туристов - посетителей ивента,

Таблица Классификация форм проведения ивентов в целях оценки экономической эффективности

	Мероприятие со свободным входом	Участие в мероприятии ограничено (по билетам)
Оценка экономического воздействия туризма	Оценка экономического воздействия туризма на мероприятиях со свободным входом	Оценка экономического воздействия туризма на мероприятиях с ограниченным входом
Оценка локальных расходов	Оценка локальных расходов на мероприятиях со свободным входом	Оценка локальных расходов на мероприятиях с ограниченным входом

рассчитанные с помощью данного механизма, отражают прямое влияние ивента на экономику. К сфере прямого влияния относятся гранты, спонсорские средства, а также региональные и федеральные субсидии на проведение ивента. Прямое влияние - результат вклада денег туристами в туристские предприятия, материальное обеспечение работников туризма и создание новых рабочих мест.

Оценка прямого экономического воздействия проведенного в регионе ивента связна с расчетом такого показателя, как рентабельность инвестиций (ROI). Данный показатель наглядно иллюстрирует уровень доходности или убыточности ивента, учитывая сумму государственных инвестиций, вложенных в проведение ивента. Рентабельность государственных инвестиций в проведение ивента рассчитывается по формуле

$$ROI = (GM - E) / E,$$

где *GM* - валовая прибыль, принесенная туристами в связи с посещением ивента;

E - затраты государственных структур на проведение ивента.

Результат выражается в процентном отношении и характеризует финансово-экономические результаты проведения ивента. Для более наглядной оценки роли ивента было пред-



Рис. Методика исследования расходов туристов на событийном мероприятии

ложено использовать валовую прибыль вместо выручки. Для получения исходных данных по валовой прибыли используется метод социологического опроса (рис. 3.18). Выборка составляет 200 человек на каждые 2000 участников[1].

Таким образом, формула расчета валовой прибыли ивента выглядит следующим образом:

$$GM = TEa + TEd + TEs + TEe,$$

где *GM* - валовая прибыль;

TEa - средние расходы туристов на проживание;

TEd - средние расходы туристов на питание;

TEs - средние расходы туристов на сувениры и аттракции;

TEe - средние расходы туристов на экскурсии.

Рассчитаем средние расходы туристов на проживание во время посещения ивента:

$$TEa = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} x_i \cdot m \cdot v,$$

где *n* - количество опрошенных туристов в ходе социологического исследования;

x - сумма рублей, потраченная одним туристом на проживание; *m* - общее количество туристов, посетивших мероприятие; v - вероятность покупки той или иной услуги/товара в ходе участия в мероприятии.

Таким же способом рассчитываем средние расходы туристов на питание, сувениры, аттракции и экскурсии.

Определим вероятность покупки той или иной услуги/товара в ходе участия в мероприятии:

$$v = \frac{l}{n}100\%,$$

где / - количество опрошенных туристов, которые воспользовались той или иной услугой/товаром.

Таким образом, авторы предлагают оценивать рентабельность инвестиций в проведении ивента по следующей модели:

$$ROI = \frac{(m\sum_{i=1}^{n} v \cdot c) - E}{E},$$

где *c* - средняя сумма затрат одного туриста.

При использовании данной формы расчета трат туристов на каждом проводимом в регионе ивенте представится возможным прогнозирование туристских расходов и, соответственно, планирование расходования бюджетных денежных средств на каждый из ивентов.

Кроме прямого влияния туристских расходов на ивенте, на развитие региона оказывается также косвенное влияние, называемое «эффектом мультипликатора», который проявляется по мере обращения туристских расходов. Но не все денежные средства, полученные организаторами, остаются в экономике региона. Та часть денежных средств, которая

расходуется на призовой фонд, налоги в вышестоящий уровень бюджета, импортированные товары и услуги, считается «утечкой денежных средств». Таким образом, ивенты, проводимые в регионе, более эффективны для экономики в том случае, если при организации привлекается больше местных поставщиков и производителей. И, следовательно, уменьшается утечка денежных средств. Механизм действия туристского мультипликатора в контексте событийного мероприятия изображен на рис. 3.19.

Проанализировав возможные пути утечки денежных средств, выделяем следующие способы повышения эффективности событийных мероприятий:

- • привлечение большего числа туристов в регион в целях посещения ивента;
- • привлечение грантов, спонсорских и других внешних финансовых источников для организации проведения ивента;
- • формирование «событийного турпакета», включая туристские услуги местных поставщиков и продавцов, препятствующие таким образом утечке денежных средств;
- • «растягивание» программы ивента на несколько дней, в целях стимулирования тем самым туристов дополнительно воспользоваться услугами размещения и питания в месте проведения ивента. Программа должна быть привлекательной и интересной. Обеспечение туристов информацией и доступными местами для размещения в средствах разной категории звездности;
- • привлечение местных жителей к популяризации ивента: жители могут приглашать своих знакомых и друзей из других городов приехать погостить и посетить ивент;



Рис. Механизм действия туристского мультипликатора в контексте оценки эффективности ивента

- • обеспечение должного уровня мерчандайзинга для стимулирования туристских трат на ивенте;
- • при организации и проведении ивента должны быть задействованы местные жители;
- • преимущество в организации и предоставлении сопутствующих ивенту услуг должно быть отдано местным организациям и фирмам;
- • создание в регионе целого ивент-комплекса - системы ивент-мероприятий, которые будут привлекать туристов в регион;
- • необходимо предусмотреть абсолютно все потребности туриста на ивенте (размещение, питание, развлечения, сувенирная продукция, топливо и проч.);
- • проведение необходимых исследований рынка для определения мест утечки денежных средств при проведении ивента.

Оценка социального влияния ивентов должна проводиться посредством социологического опроса местных жителей. В случае, если у жителей места проведения мероприятия ивент вызывает негативные эмоции, проведение ивента отвлекает их, нарушает обычный ритм жизни или наносит вред, - мероприятие обречено на провал. Мнение местных жителей должно учитываться в целях пересмотра миссии проведения ивента, стратегии и плана. Кроме того,

важной задачей организаторов ивента является заинтересовать местных жителей в участии, стимулировать положительное отношение к туристам. Опрос местных жителей, организаторов и местных предпринимателей должен проводиться по шкале от 5 до минус 5 баллов по каждому вопросу. Далее высчитывается средний показатель удовлетворенности местных жителей ивен- том. В табл. приведен пример расчета такого показателя.

Таблица Распределение мнений местных жителей по вопросам влияния проведения ивента на социальную сферу

№ п/п	Показатель	Средняя оценка
1	Сплоченность местного населения, появление чувства патриотизма	
2	Появление новых возможностей для отдыха и рекреации	
3	Повышение уровня жизни	
4	Формирование позитивного имиджа дестинации	
5	Укрепление местных традиций и обычаев	
6	Увеличение активности жителей	

Получив среднюю оценку по каждому показателю, проводим подсчет общего коэффициента:

$$S = k_1 \cdot k_2 \cdot k_3 \cdot k_4 \cdot k_5 \cdot k_6 \cdot k_n,$$

где S - общий коэффициент влияния ивента на социальную сферу;

$к_x, \ldots, к_n$ - показатель влияния ивента на социальную сферу.

При ежегодном проведении социологических опросов представится возможным отслеживание мнения местных жителей по вышеуказанным вопросам. Влияние изменения каждого из показателей в динамике можно представить посредством детерминированного факторного анализа.

Аналогичным способом, посредством опроса как местных жителей, так и компетентных организаций в области экологии, определяем экологический эффект от проведенного ивента (табл.).

Таблица Распределение мнения местных жителей по вопросам влияния проведения ивента на окружающую среду

№ п/п	Показатель	Средняя оценка
1	Загрязнение окружающей среды	
2	Увеличение потребления воды и электроэнергии	
3	Повышение уровня шума	
4	Нанесение вреда флоре и фауне	

Вычисляем результирующий коэффициент по формуле

$$E = k_1 \cdot k_2 \cdot k_3 \cdot k_4 \cdot k_5 \cdot k_n,$$

где E - общий коэффициент влияния ивента на экологию места проведения ивента;

$к_x, \ldots, к_n$ - показатель влияния ивента на экологию места проведения ивента.

Полученный коэффициент позволит рассчитать влияние каждого фактора на конечный результат посредством факторного анализа.

После оценки трех факторов влияния ивента (экономического, экологического и социального) составляем сводную таблицу по проведенному мероприятию (табл.).

Таблица Сводная таблица показателей эффективности ивента

№ п/п	Показатель	Значение показателя
1	Экономический	
2	Экологический	
3	Социальный	

Значение экономического показателя приводится в соответствии с размером денежных средств, потраченных туристами на мероприятии (по данным социологического опроса).
Значение социального и экологических показателей приводится в соответствии с табл.
Вышеописанный опрос должен проводиться на каждом мероприятии ежегодно. Полученные данные поспособствуют регулированию государственной политики в сфере туризма, а также помогут скорректировать планы проведения ивентов, учтут мнение местных жителей, что является очень важным компонентом.
Таким образом, комплексная оценка событийных мероприятий области (КОСМО) ставит своей целью расчет только прямого воздействия событийного туризма на регион. Говорить о расчете мультипликативного эффекта на данный момент преждевременно, так как для этого необходимо наладить качественный статистический учет и разработать необходимые экономические модели. На рис. 3.20 представлены компоненты КОСМО.
Предложенный подход к оценке событийных мероприятий является первым в регионе комплексным методом оценки со-



Рис. Компоненты КОСМО

бытийных мероприятий в регионе. Будучи одним из приоритетных направлений в регионе, событийный туризм требует пристального внимания и изучения, так как в России данному виду уделяется очень мало внимания.
Немаловажным является организация постоянного комплексного учета данных о влиянии и эффектах событийных мероприятий. Только в этом случае представится возможным оценка ивентов с точки зрения экономических, социальных и иных эффектов, а также прогнозирование его развития на несколько лет вперед.

Источник:
https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiynyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=lh8xn9qkpu602268997

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Маркетинг в менеджменте событийных мероприятий (event- менеджменте): маркетинг-микс, т.е. система 5P (product=people, price, place, promotion, prediction).
2. Менеджмент событийных мероприятий как проект: фазы проекта, виды деятельности в менеджменте, управление рисками, цель и прибыль.
3. Обеспечение экологичности событийного мероприятия.
4. Области использования событийных мероприятий.

1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Тема 2.3. Методы креатива в event-маркетинге

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием

стратегических решений при разработке концепции события.

- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Event-маркетинг. Виды event-компаний	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Бенчмаркинг в создании концепций специальных мероприятий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Методы креатива в event-маркетинге

Текст лекции.

По-настоящему креативные разработки в event-маркетинге встречаются пока не так часто. Причин этому несколько.

1. Сложность организационной части мероприятия заставляет многих event- менеджеров концентрироваться именно на этом. Интерес к креативной составляющей наблюдается либо у опытных ивенторов, либо у новичков, для которых реализация собственных идей не всегда оказывается по силам.

2. Праздник ритуален по своей сути. Ритуал – это повторяющееся действие. Вот почему частные вечеринки, свадьбы и корпоративные события часто не выходят за рамки привычного праздничного стереотипа.

3. Низкие бюджеты мероприятий позволяют реализовать далеко не все креативные идеи. Это не смотря на то, что креатив часто рассматривается как раз как компенсация низкого бюджета проектов.

4. Технологии рекламного креатива не адаптированы под задачи event-маркетинга. Если большинство рекламных агентств уже имеют привычные методики работы, которым обучаются новые сотрудники независимо от характера их образовательной подготовки, то ивенторов не обучают нигде. Приходя в эту профессию из разных областей они часто оказываются недостаточно подготовлены.

Событие предполагает креатив. Это отделяет его от мероприятия.

Методов креатива много. Разные методы могут приводить к близким результатам. Какой метод удобен для Вас? Узнать можно, только попробовав.

Кейс: компания Caterpillar. Методы решения Краткая информация. История торговой марки Caterpillar® начинается ещё в конце XIX века, когда Бенжамин Холт и Дэниел Бест провели эксперименты с различными типами паровых тракторов. В 1925 г. в результате слияния возглавляемых ими компанмий была создана компания Caterpillar Tractor Co.

Постепенно развиваясь, компания значительно расширила ассортимент выпускаемой продукции и в 1986г. Caterpillar Tractor Co. переименовалась в Caterpillar Inc. За годы своего развития компания превратилась в одного из мировых лидеров по производству строительного и горного оборудования, дизельных, газовых двигателей и турбин, а также тракторов, бульдозеров, экскаваторов и не только. В 2004 году объем продаж Caterpillar Inc. достиг 30,25 миллиарда долларов США, а по итогам 2005 г. её доходы поднялись ещё на 22%. Примерно половина всего объема продаж приходится на клиентов за пределами США, что способствует сохранению позиции Caterpillar, как поставщика мирового масштаба и ведущего экспортера США.

Caterpillar Inc выпускает более 300 наименований изделий, которые продаются более чем в 200 странах мира. Штаб-квартира корпорации находится в Peoria, Illinois, USA. Требования к прочности, надежности и долгосрочной службе, которые компания предъявляет к своим машинам и оборудованию относятся также и к другим товарам, носящим торговую марку Caterpillar® , речь идет, в том числе и об одежде, обуви, сумках, чемоданах, рюкзаках и прочих изделиях. Всю кожгалантерейную продукцию можно разделить на 3 группы: 1) основные коллекции (которые запускаются на несколько лет, но ежегодно появляются новые модели и цвета); 2) сезонные коллекции (которые появляются только на один сезон, т.е. весна/лето и осень/зима); 3) аксессуары - ремни (кожаные / хлопчатобумажные / прорезиненные) и кошельки (кожаные/хлопчатобумажные).

Итак, вот базовые параметры бренда Caterpillar, о которых нужно помнить:

– антигламур;
– утилитарность;
– рабочая эстетика.

Задание: Придумайте 5 идей для презентации новой коллекции одежды марки Caterpillar. Рассмотрим методы, которые помогут выполнить задания к кейсу.

Метод мозгового штурма:

– версии не критикуются;
– время ограничено;
– критика после мозгового штурма.

В ходе мозгового штурма поступило предложение: сделать показ новой коллекции Caterpillar в космическом стиле (Будущее/космические колонисты признают только Caterpillar). Отнеситесь к этой идее с позиций каждой из «шести шляп».

Метод шести шляп:

– белая – беспристрастный анализ цифр и фактов;
– черная – негатив;
– желтая – позитив;
– зеленая – креативные идеи;
– красная – эмоциональные реакции;
– синяя – подведение итогов.

Преимущества метода шести шляп: оптимизирует ролевые позиции, рекомендуется авторитарным руководителям. Недостатки метода шести шляп: сложность внедрения технологии из-за необычности формы. Не генерируем идеи, а принимаем решения, адресуясь к уже готовым предложениям. Можно применять технологию «Шесть шляп» сразу после мозгового штурма, рассматривая по очереди несколько предложений.

Метод ментальных карт

Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Главная задача визуализации – показать графически те предметы, явления и взаимосвязи, которые трудно описать мысленно или представить в виде текстовой информации. Визуальный язык мышления может использовать простые графические формы, а также диаграммы, графики, структурные схемы и др. Один из приемов визуализации задачи – ментальные карты (карты памяти, карты ума).

Ментальные карты это техника записи и структурирования информации. Эта техника может применяться для генерации фантазии, поиска новых идей и их фиксации, анализа и структуризации информации, поддержки принятия решений и т.д.



В технике ментальных карт традиционная линейная система записи информации (текст с заголовками, списки, таблицы и схемы) заменена интуитивно понятной радиальной системой (главная тема помещается в центре листа, записываются только ключевые слова, которые помещаются на ветвях, расходящихся от центральной темы).



Рисунок 1 – Радиальная (кустообразная) структура
ментальной карты

Формы ментальных карт: кустообразная структура, с разрастанием ветвей от центрального понятия. От основного понятия вырисовываются ветки, на которых записываются связанные понятия, свойства и т.д. Все надписи должны состоять из одного или двух слов. Каждая ветка в последующем может делиться на несколько веток, связанных с развитием этих понятий, детализацией свойств и т.д.

Преимущества: простота формы, «раскачивает» сознание креативщика, хорошая разминка. Недостатки: ассоциация – предпосылка создания идеи, а не сама идея; неясно, кому принадлежит ассоциация – целевой аудитории или самому креативщику.

Другие методы

Метод поиска противоположностей. Прямые и противоположные ассоциации синтезируются в идее специального мероприятия. Преимущества: гармония и контраст порождают красоту; это интересный стилистический и маркетинговый прием. Недостатки: сложность мыслительной операции; предпосылки, а не идея.

Метод морфологического анализа:

1. Разложить объект на компоненты.
2. Изменить один или несколько элементов.
3. Собрать эти элементы заново.

Преимущества: простота формы, эффективность. Недостатки: а есть ли объект, который можно разложить на составляющие?

Организованный инсайт. Сущность метода:

1. Ответ уже есть в вашем сознании.
2. Информационная среда бренда ускорит поиск решения.

Преимущества: обеспечивает включенность креативщика в смысловое и стилистическое пространство бренда. Недостатки: а вдруг у моря не будет погоды?

Бенчмаркинг в создании концепций специальных мероприятий. «Креатив» – модное слово, «творчество» – подзабытое. Творчеством часто в узком смысле именуют любой вид

художественной деятельности. Креатив обычно относят к сфере рекламы и связей с общественностью. Между креативом и творчеством проходит чёткая демаркационная линия, которая разделяет мир на два лагеря – лагерь креаторов и лагерь творцов. Каждая из этих ролей отражает определённый взгляд на мир, профессиональный подход и стратегию поведения. Итак, рассмотрим каждый из двух видов.

1. Творец – всегда думает, что создаёт нечто принципиально новое и уникальное. Он не признаёт или не замечает объективные источники творчества. Творец порой думает, будто воплощает чаяния самого Бога. В эпоху неразвитых промышленных технологий, задолго до появления конвейера уникальность результатов творчества действительно была несомненной. Сегодня, в мире массового производства и информационных технологий люди от искусства продолжают пребывать в ореоле мифологизированного творчества. И хоть выглядит это всё более забавно, многие представители массовой аудитории всё ещё верят в сакральность образа художника, писателя или артиста.

2. Креатор. Появление креатива и креаторов – явление массового общества. Когда произведения искусства стало легко тиражировать, творчество превратилось в подрисовывание усов Джоконде. Этот вид творчества стали называть креативом. Чтобы понравиться массовой аудитории приходится следовать накатанной схеме, использовать клише и стереотипы, апеллировать к уже известному, привнося в него элемент новизны. Источники творчества креатора не окутаны тайной, они предельно ясны и очевидны для него самого. Креатор не создаёт чего-то принципиально нового и не стремится к этому. Он вообще может не верить в принципиальную новизну чего-либо. Победа Креатора – придумать что-то свежее и интересное. Пусть это не сотрясает основы мироздания, но реально может привлечь целевые аудитории.

Итак, придумывая креативное решение, мы не должны себе отказывать в наличии первоосновы. Снимать кальки с готовых решений уже не считается постыдным. Тем более, что первоисточник может быть весьма далёк и от вашего бренда, и от вашей индустрии. Поиску шаблонов креативных решений посвящена технология бенчмаркинга.

Применение метода бенчмаркинга. Бенчмаркинг – это снятие кальки с готового решения. Хрестоматийный пример. У вас ресторан быстрого питания. Вы испытываете проблемы с логистикой. Далее вы обращаете внимание на абсолютно другую индустрию, где имеют место схожие технические и организационные задачи. Это индустрия авиаперевозок. Самолёт пребывает в аэропорт. Его быстро заряжают всем необходимым, в том числе и питанием для пассажиров. Вы подробно изучаете вопрос и проецируете найденные в авиаперевозках решения на ситуацию ресторана быстрого питания. Когда ответ на мучавший вопрос найден, никого не интересует первоисточник. Фактически это легальное и вполне уважаемое благодаря сложности интеллектуальной задачи пиратство .

В event-индустрии всё ещё проще. Я проанализировал сотни проектов специальных мероприятий и нашёл всего несколько типов креативных решений. Рассмотрим их.

Наиболее распространённые типы креативных идей в event-маркетинге:

1. Нестандартный объект в привычном пространстве. Пример. Промо-акция пива «Кирин» – бочка пива разъезжает на велосипеде.



2. Прямая ассоциация. Пример. Брифинг в честь открытия ипотечного отделения Дельта-банка. Автор проекта — Инна Алексеева. «Домашнее» открытие ипотечного центра банка DeltaCredit в Москве. Цель – показать журналистам новый офис, озвучить цифры за полугодие, а главное – продемонстрировать, что менеджеры банка действительно открыты для общения, что они не сухие топы в костюмах, а такие же живые и простые люди, как и все мы. Для открытия был выбран вторник (пожалуй, один из наиболее удачных дней недели для всяких пресс-проектов). Топы надели халаты и тапки (корпоративных цветов), журналисты на входе снимали обувь и обувались в такие же тапочки (потом они получили их в подарок). Бейджи были, но неформальными: «Хозяйка дома», «Теща», «Самый главный» и пр. В офисе поставили не столы и подиум, а диваны, журнальный столик, стулья (все сидели вместе, не было традиционного разделения на «говорящие головы» и публику). На подоконниках - комнатные цветы (13 горшочков) и книги (самые разные!). По офису туда- сюда бегали две **кошки** (вице-президент банка привезла своих). Звучала музыка - диск песен, основная тема которых - дом (”Главней всего - погода в доме…”, “В нашем доме поселился замечательный сосед”, “Под крышей дома моего” и пр.)».

3. Гротеск. Пример: агентство Алексея Свистунова «Пари». Рекорды Гиннеса. Профильная компания. Учредители Российской книги рекордов Гиннеса. Сделали на рекордах отдельный бизнес. Часто к установлению рекорда бывает приурочено специальное мероприятие. Наливать шампанское при помощи строительной техники.

4. Выделение аспекта повседневности. Пример: промо-акция журнала «Самая». Большая группа девушек-промоутеров заходила в вагон метро и начинала читать журнал «Самая». Такого совпадения пассажиры не заметить не могли. Единственная недоработка – промо-девушки явно не отражали средневозрастной портрет целевой аудитории журнала.

5. Объединение культурных практик. Пример: школа иностранных языков Mr. English. Две практики: обучение + театрализованное шоу. Администрации школы удалось сделать из этого проекта самодостаточное направление бизнеса. Проводят кастинги, организуют группы и устраивают показ уже не первого мюзикла.

6. Событийный потенциал бренда. Пример: Салон карет Сергея Пупынина. Стать спонсором соревнования по упряжной езде – была судьба салона. Многие бренды содержат в себе этот событийный потенциал и тогда информационный повод долго придумывать не приходится.

Кейс: компания «Мегатрон». Пример: «Мегавидение», компания «Мегатрон». Приведем высказывания специалиста по внутрикорпоративным коммуникациям компании «Мегатрон» Евгении Пешковой: «В нашей Компании традиционно все летние мероприятия интерактивные. 2 года назад мы пробовали себя в роли театральных актеров, в прошлом году снимали кино, а в этом приняли решение сделать музыкальный конкурс, т.к. многие сотрудники очень любят петь, что доказывает огромная популярность караоке на каждом празднике. Естественно цель каждого интерактивного мероприятия – это командообразование и сплочение коллектива. И, конечно же, цель любого нашего мероприятия – это повышение лояльности сотрудников к своей Компании.

Конкурс «МегаВидение» задумывался как корпоративный вариант «Евровидения», что и было воплощено в жизнь.

Подготовка.

Мы отобрали 10 коллективов сотрудников, представляющих разные департаменты и региональные дирекции, которым предстояло бороться за главный приз конкурса – серебряный микрофон (из настоящего серебра, отлитый специально для конкурса).

Каждый коллектив выбрал песню для исполнения.

Тексты выбранных песен были переделаны либо самими исполнителями, либо специально приглашенным поэтом-песенником. Новые тексты были посвящены компании, юбилею, работе (по специфике департамента), известным в компании личностям и пр.

Далее каждый коллектив записал свою песню на профессиональной студии (фонограмму «+»).

Поставил совместно с профессиональными режиссером и хореографом концертный номер.

Так же у каждой муз группы была своя пресс-служба, которая состояла из сотрудников департамента, к которому принадлежала группа и занималась PR-ом своих коллег перед праздником и непосредственно на нём. Инструменты PR, которые применяли пресс- службы, ограничивались только их фантазией. Пример PR одной из муз групп: http://vulkanstrastey.narod.ru/

Все новости по подготовке групп к конкурсу освящались в корпоративных СМИ компании. К моменту отъезда в Турцию интерес к конкурсу достиг своего пика – все группы ежедневно репетировали и готовили костюмы, пресс-службы разрабатывали PR- стратегии, компания с нетерпением ждала гала-концерта.

Первый день конкурса. К первому вечеру пресс-служба каждой группы должна была подготовить презентацию своего музыкального коллектива, участника конкурса. Представление конкурсанта могло выглядеть как песня, стихи, сценка, презентация в Power Point и пр., но по условиям сам коллектив не имел права появляться в это день на сцене. После представления участников Генеральный директор компании провел жеребьевку, которая определила последовательность выступления конкурсантов на гала-концерте во второй (основной) день конкурса.

Второй (основной) день конкурса. Днем состоялись репетиции всех коллективов и генеральная репетиция шоу с режиссером. Во второй вечер состоялся гала-концерт конкурсантов в порядке определенном накануне. После концерта прошло независимое голосование (по столикам) и был определен победитель конкурса. В завершение ТОП-менеджеры, включая Президента и Генерального директора компании, пели заранее записанную и отрепетированную финальную песню. На экраны на сцене был пущен караоке вариант песни, чтобы все сотрудники могли подпевать директорам.

После мероприятия.

Был выпущен фирменный диск с песнями конкурсантов, который до сих пор занимает почетное место в домашней музыкальной коллекции многих сотрудников».

Источник: https://studfile.net/preview/7808192/page:2/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Организация обслуживания своими силами и с привлечением сторонних организаций, составление договора.
2. Организация общественного питания и логистика товаров.
3. Организация приезда, ночевки, отъезда.
4. Планирование мероприятия: содержание планирования; моделирование процесса, принятие решений.

1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Тема 2.4. Инструменты событийного маркетинга и MICE-индустрия

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	MICE-индустрия: сущность, особенности и тенденции развития	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Технологии MICE как ресурс информационной активности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

Текст лекции.

MICE-индустрия: сущность, особенности и тенденции развития.

В последние десять лет на российском рынке событийного маркетинга появились относительно новые виды мероприятий — MICE.

Понятие MICE-индустрии складывается из нескольких ключевых слов, образующих англоязычную аббревиатуру, которую формируют первые буквы слов: M — Meetings (встречи), I — Incentives (инсентив, или поощрительные поездки), C — Conferences (конференции), E — Events/Exhibitions (события/выставки).

В России деятельность, относящуюся к MICE, рассматривают в рамках делового туризма (Business Travel), поскольку она предполагает поездки участников MICE-мероприятий с деловыми целями.

Понятие Business Travel, или «деловой туризм», — достаточно новое. Как о самостоятельном виде туризма, о нем заговорили в Европе и США в 70-80-е годы XX века. В мире деловой туризм считается одной из наиболее динамично развивающихся и высокорентабельных отраслей мировой экономики.

В специальной литературе выделяют следующие особенности MICE:

1. Мультиформат.

В одном выездном мероприятии сочетаются несколько ивент-событий (мастер-класс, гала-ужин и др.).

2. Логистика + событие.

MICE — это выездное мероприятие, для которого важна креативная составляющая. У участников должно остаться ощущение, что они побывали на событии, а не на скучном официозном мероприятии.

3. Участники мероприятия находятся в состоянии «измененного сознания».

MICE — это идеальный формат для знакомства и сплочения участников события. Когда люди куда-то выезжают, они расслаблены, поэтому их легче мотивировать и донести до них необходимую бизнес-информацию.

4. Ограничения.

При подготовке мероприятия иностранных подрядчиков контролировать можно только удаленно, количество посещений места проведения события ограничено. Кроме этого, на проект можно брать только многофункциональных работников, а не всю рабочую группу.

Несмотря на то, что данный сегмент событийного маркетинга в нашей стране возник относительно недавно, тем не менее, уже можно выделить ряд тенденций развития отечественного рынка MICE-услуг:

— уменьшение количества заказов деловых встреч, так как фирмы их организуют собственными силами;

— повышение спроса на мероприятия, в которых органично идет совмещение развлечения, отдыха и обучения. Это обучающие программы, которые направлены на повышение лояльности сотрудников и развитие их новых навыков;

— увеличение количества заказов на мероприятия событийного маркетинга, имеющих целью продвижение бренда, продукции компании вместо традиционных праздников типа Нового года или юбилея фирмы;

— увеличение количества мероприятий, решение о проведении которых принимается за несколько дней до их реализации;

— увеличение спроса на повышение мотивации сотрудников компаний и развитие у них духа соперничества;

— увеличение мероприятий в регионах;

— высокая конкуренция среди компаний, оказывающих MICE-услуги, что снижает общий уровень цен на рынке и повышает качество их работы.

Источник:
https://studme.org/416733/marketing/mice_industriya?ysclid=lh8xzurw2y807820758

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Подбор партнеров и персонала для специального события
2. Подбор персонала для событийного мероприятия.
3. Понятие событийного мероприятия, его основное содержание.
4. Правовые отношения в менеджменте событийных мероприятий.
5. Приглашение артистов и VIP-гостей. Райдеры и гонорары.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики

Тема 1.1. Виды событий: принципы успеха

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.		Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.		Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.		Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Работа с информацией при разработке событийного мероприятия.
2. Работа с информацией. Этапы новостного менеджмента
3. Расчет величины залога.
4. Руководство сотрудниками: работа в команде, мотивация, коммуникация.

1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики

Тема 1.2. Событие как проект

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.		Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.		Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.		Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Ассортимент продуктов и напитков, используемых при проведении событийного мероприятия.
2. Бюджет специального события. Прямые и накладные расходы.
3. Виды кейтеринга.
4. Вопросы ответственности: в случае отмены мероприятия, предварительной
5. Вспомогательные средства менеджмента событийных мероприятий: регистратор проекта, протоколы.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: Дискуссия

Перечень вопросов для обсуждения к темам раздела 1:

1. Оценка влиятельности события.
2. Анализ результатов события.
3. Социально-экономические, политические, экономические результаты мероприятия (события).
4. Выставки. Тенденции выставочной индустрии в России. Как повысить эффективность

участия в выставке.
5. Коммуникативная компетентность экспонентов. Золотые правила общения на выставке.
6. BTL-индустрия. Дефиниция понятия “BTL коммуникации”. Контекст развития BTL-инструментов.
7. Проектные характеристики маркетингового мероприятия. Наличие цели и измеримых результатов. Ограниченность времени. Ограниченность ресурсов. Обособленность от прочих замыслов. Оргструктура под проект.
8. Постановка целей. Требования к определению цели события. SMART-критерии. Возможные цели. Повышение узнаваемости. Паблисити. Продажи (выручка и прибыль). Расширение контактов. Обучение, командообразование.
9. Эмоциональная реакция участников. Методика «хочу-могу-буду». Проведение тендера. Ресурсы для объявления тендера.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Контрольная работа.

Контрольная работа Задание 1 Отметьте какого типа выставок не существует: а) многопрофильные б) специализированные в) отраслевые г) межотраслевые

Задание 2 Заполните пробелы в высказывании « MICE – это область ____ туризма, связанная с проведением _____ мероприятий»: а) делового туризма / корпоративных мероприятий б) событийного туризма / корпоративных мероприятий в) событийного туризма / специальных мероприятий г) активного туризма / специальных мероприятий

Контрольная работа Задание 1 Правило «семи Н» - обеспечение нашего потребителя нужном ему товаром в необходимом количестве с необходимым качеством в нужном месте в

нужное время с наилучшими затратами относится к: а) событийному маркетингу б) событийному менеджменту в) сервисной логистике

Задание 2 Игровой кейс: «Форум «Евростар». Вопросы для обсуждения: Доходы и расходы. Оптимизация расходов; Примеры расчетов бюджета мероприятия; Контроль результатов и затрат на разработку и реализацию проекта; Гонорар eventагентства

Методические рекомендации по подготовке к тестированию см в разделе 2

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.		Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.		Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Современные тенденции выставочной индустрии
2. Стратегические факторы, влияющие на успешное проведение мероприятия
3. Сущность и отличительные признаки специального события
4. Сущность контроллинга в менеджменте событийных мероприятий.
5. Сущность событийного мероприятия, его характеристики.

1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.2. Экономические аспекты управления событийным мероприятием в индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием
  стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных
  исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.		Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.		Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.		Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
2. Текущие тренды в событийном менеджменте и событийном туризме.
3. Техники принятия решений: метод практической ценности и таблица решений.
4. Финансовые риски, эксплуатационные риски, правовые риски. Страхование.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: дискуссия
Перечень тем дискуссии к темам раздела 2:
1. Основы событийного менеджмента. 2. Роль стратегии в событийном менеджменте. 3. Цели и задачи мероприятия. 1. Подготовка мероприятия. Первичные и вторичные исследования. 2. Планирование мероприятия. Планирование ресурсов и распределение работ. 3. Работа с подрядчиками. Бронирование зала. Заполняемость и способы рассадки. 1. Управление мероприятием. Организационный аспект. 2. Типовая структура оперативного штаба управления. 3. Этапы новостного менеджмента. Фрейминг. Современные информационные технологии в событийном менеджменте (профессиональные нтернет-каталоги, сервисы тайм-трекинга, групповой работы, управления электронной почтой, проведения вебинаров и видеоконференций, Интернет- трансляции, QRкоды, рассылки приглашений и продажи билетов. продвижения онлайн события, создания мультимедийных презентаций, онлайн планировщики, мобильные приложения (Eventum), event-виджеты к блогам).и мероприятия. 1. Техническое обеспечение мероприятия. Свет и звук. 2. Проекционная техника, аудио и видеосъемка. Неэлектрические устройства. 3. Как работать с техническими подрядчиками. 1.

Финансовое управление мероприятием. Факторы, влияющие на бюджет. 2. Формирование цены на услуги событийного менеджмента. Гонорар event-агентства. Расходы и доходы. Пути снижения расходов. 3. Тренды в событийном менеджменте. Социальные тренды и влияние на событие. Сценарий, оформление пространства, подарки.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Контрольная работа.

Контрольная работа Задание 1 Как называются мероприятия для партнеров, клиентов, дилеров и дистрибьюторов: а) Trade events б) Special events в) Corporate events

Задание 2 Подготовиться и принять участие в дискуссии по следующим проблемам: Формулирование целей и задач мероприятия для его участников; Время и темп исполнения; Планирование ресурсов и распределение работ; Планирование хода мероприятия и оперативного управления; Примеры составления проектных документов (check-list, монтажный лист, сценарный план, detailed plan)

Контрольная работа Задание 1 Для рынка MICE-индустрии свойственно: а) преимущество покупателей перед поставщиком б) преимущество поставщика перед покупателем в) отсутствие преимущества покупателя перед поставщиком и поставщика перед покупателем

Задание 2 Подобрать необходимую информацию и принять участие в подготовке и обсуждении проекта «Развитие eventтуризма на территории Московской области». Вопросы для обсуждения: Создание концепции мероприятия; Генерирование идей, брейнсторм, определение темы, сюжета мероприятия; Проведение реального брейнсторма, подведение итогов - документирование идей.

1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.3. Методы креатива в event-маркетинге

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Типы рыночных структур.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Влияние совершенной конкуренции и монополии на принятие решений менеджерами.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. MICE индустрия: понятие, цели, тенденции
2. Планирование маркетинга.
3. Этапы планирования событийного мероприятия.
4. Этапы планирования специального события
5. Структурный план проекта.

1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.4. Инструменты событийного маркетинга и MICE-индустрия

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.

- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Отличительные особенности монополистической конкуренции.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Ценообразование на олигополистическом рынке	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Решение о ценах и объеме производства на монопольном рынке	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Финансовые, эксплуатационные и правовые риски специального события. Страхование.
2. Проект-менеджмент: треугольник проекта - результат, ресурсы, сроки.
3. Планирование проекта: планирование времени, ресурсов, затрат и персонала.
4. План маркетинговых мероприятий

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: дискуссия
Перечень тем дискуссии к темам раздела 3:
1. Event-маркетинг: близкие категории. Понятие событийный маркетинг.
2. Событие в event-маркетинге.
3. Event-маркетинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Интеграция внутренней и внешней маркетинговой среды. 4. Событие» предполагает креатив. Это отделяет его от «мероприятия».
5. Бенчмаркинг в создании концепций специальных мероприятий.
6. Шаблон – залог креативности? Применение метода бенчмаркинга.
7. Технологии событийного маркетинга.
8. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга.
9. Достоинства применения инструментов событийного маркетинга.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли

пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Контрольная работа и кейс-задание.

Контрольная работа

Задание 1 Какое определение наиболее некорректно характеризует понятие «event-стратегия»: а) стратегия реализации специального события б) система мероприятий и событий, объединенных общей концепцией, целями и задачами в) инструмент коммуникации с сотрудниками, клиентами и партнерами

Задание 2 Как называются специальные события, «упакованные» в развлекательную программу для достижения более высокой активности и восприимчивости аудитории: а) рабочие б) информативные в) развлекательные

Контрольная работа

Задание 1 Что нельзя отнести к критериям оценки эффективности реализации event-мероприятия: а) оригинальность идеи проекта и ее реализации б) привлечение известных людей для подготовки сценария в) качество материально-технического обеспечения Задание

Кейс-задание Игровой кейс: «Международный книжный фестиваль». Вопросы для обсуждения: Факторы влияния на бюджет мероприятия; Доходы и расходы. Оптимизация расходов; Примеры расчетов бюджета мероприятия; Формирование цены услуг в области eventменеджмента; Гонорар event-агентства

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ГЕОГРАФИЯ ВНУТРЕННЕГО МИРА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.04.02 Туризм

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Стратегическое управление туристскими проектами

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических

данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретиче-

ских знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Общие понятия о внутреннем туризме. Экономическое и социально-культурное значение туризма

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Экономическое и социально-культурное значение внутреннего туризма

Цели занятия: сформировать систему знаний о социально-культурном и экономическом значении внутреннего туризма

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира. Основу современного туристского рынка как в качественном, так и в количественном отношении составляют оплачиваемые отпуска работников. В последнее время в туризме возрастает роль деловых поездок, а также путешествий лиц пенсионного возраста. Размер и степень влияния международного туризма в мире можно оценить по следующим показателям. В 1950 г. число международных туристов в мире было всего 25 млн человек, в 2000 г. количество международных прибытий составило 698 млн чел., 2010г, число туристов в 2012 году составило 896 млн человек, а поступления от международного туризма достигли 478 млрд долл., при этом около 60% путешествующих - люди, проводящие свой отпуск.

По данным ВТО (Всемирной Туристской Организации), вклад туризма в мировую экономику (валовое производство услуг) оценивается в 3,5 трлн долл. (данные 2010 г.), что эквивалентно 10,9% мирового валового внутреннего продукта. Индустрия путешествий и туризма обеспечивает значительное количество рабочих мест в большинстве стран мира. Это означает непосредственную занятость примерно для 130 млн человек (или одного из 15 человек, занятых в мировом производстве)1. Путешествия и туризм обеспечивают свыше 11% международных инвестиций и приносят в казну государств в виде налоговых поступлений 302 млрд долл. (Рис.1) Существует прямая связь между тенденциями в развитии индустрии туризма и общими экономическими, техническими и социальными достижениями.

Растущий уровень жизни в развитых индустриальных странах мира ведет к росту продолжительности отпусков работников и достаточно высокому уровню пенсионного обеспечения, что также оказывает значительное влияние на развитие туризма.

Спрос на путешествия и туризм определяется одновременно и рыночными механизмами (спросом на туристские, экскурсионные и другие услуги, предложением этих услуг и их распределением), и экзогенными переменными, т.е. факторами, не связанными непосредственно с туризмом и путешествиями, но оказывающими существенное влияние на степень и форму спроса на туристскую деятельность.

Экзогенные факторы включают демографические и социальные изменения, экономические и правовые достижения, развитие торговли, транспортной инфраструктуры, информационных технологий и повышение безопасности путешествий.

К демографическим и социальным изменениям относятся: старение населения, более ранний выход на пенсию с достаточным пенсионным обеспечением, возрастающее число одиноких взрослых, увеличение числа работающих женщин, семей с двумя работающими членами семьи, тенденция к более поздним бракам, рост числа бездетных семей, увеличивающийся срок оплачиваемого отпуска, лучшее понимание возможностей путешествия и забота об окружающей среде. Таким образом, изменения, происходящие в демографической структуре и социальных моделях общества, приводят к тому, что все большее количество людей в мире имеют время, желание и финансовые возможности для путешествий.

Измерением уровня жизни и дифференциации доходов населения занимаются многие международные организации, в том числе и Совет организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР).

В практике туристской деятельности различают страны-поставщики туристов (направляющие страны) и страны, как правило, принимающие туристов.

С точки зрения фундаментальной экономики туризм представляет собой экономический комплекс, развитие которого в большей степени объясняется мирохозяйственными процессами и отношениями, нежели имманентными (внутренними) причинами. Но туризм также и важнейший катализатор экономического роста многих быстро развивающихся стран, поскольку выступает каналом перераспределения валового национального продукта между странами, которое не сопровождается вывозом (импортом) товаров и услуг. Другими словами, если туристы не только вывозят часть заработанных в других производствах средств, но и создают в других странах новые рабочие места.

Современный туризм, как экономическое явление имеет индустриальную форму. И, как следствие выступает в виде туристского продукта и услуг, которые не могут накапливаться и транспортироваться; создает новые рабочие места и выступает зачастую пионером освоения новых районов и катализатором ускоренного развития национальной экономики; выступает как механизм перераспределения национального дохода в пользу стран, специализирующихся на туризме; является мультипликатором роста национального дохода, занятости и развития местной инфраструктуры и роста уровня жизни местного населения; характеризуется высоким уровнем эффективности и быстрой окупаемостью инвестиций; выступает как эффективное средство охраны природы и культурного наследия, поскольку именно эти элементы составляют основу его ресурсной базы; совместим практически со всеми отраслями хозяйства и видами деятельности человека, поскольку именно их дифференциация и дискретность и создают ту разность потенциалов рекреационной среды, которая вызывает потребности людей к перемене мест и познанию.

Социально-культурная сущность современного туризма проявляется в том, что он способствует организации досуга населения, сглаживанию различий и предупреждению конфликтов в обществе; обеспечивает формирование новых связей между отдельными людьми и группами; создает условия для образования и повышения культурного уровня населения; способствует распространению культурных ценностей.

Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Характеристика Российской Федерации как территории для развития внутреннего туризма

Цели занятия: сформировать представление о Российской Федерации как об уникальной территории для развития внутреннего туризма, рассмотреть условия и ресурсы для туризма

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Российская Федерация обладает уникальным потенциалом для развития внутреннего туризма. Некоторые характеристики:

- **Разнообразие ландшафтов и климатических условий**. Туристов привлекают такие уникальные природные явления и объекты, как северное сияние, полярная ночь, полюс холода, гейзеры на Камчатке, плато Путорана и другие.
- **Богатство растительного и животного мира**. Россия занимает первое место в мире по числу особо охраняемых природных территорий.
- **Многочисленные объекты культурного наследия**. Наиболее привлекательны центр европейской части России, Северо-Запад, Поволжье, Средний и Южный Урал, Крым и Северный Кавказ.
- **Благоприятные условия для развития спортивного туризма**. Они есть на Кавказе, Урале, Алтае, в Саянах, Прибайкалье, на Кольском полуострове и в Карелии.

Развитие внутреннего туризма отнесено к числу национальных приоритетов в России. Для повышения инвестиционной привлекательности перспективных туристских макротерриторий разработана система мер государственной поддержки.

Россия располагает уникальным туристским потенциалом. Разнообразие ландшафтов и климатических условий, богатство растительного и животного мира, многочисленные объекты культурного наследия создают предпосылки для развития разных видов и форм туризма (см. карту «Туристские ресурсы»). Для отдельных, стратегически важных видов туризма – детского, культурно-познавательного, горнолыжного, круизного, экологического и делового – разрабатываются специальные меры государственной поддержки, снимаются административные и социально-экономические барьеры развития. До начала пандемии коронавируса (COVID-19) в 2019 г. в стране лавинообразно росло число гастрономических фестивалей, исторических реконструкций, музыкальных, спортивных событий. Развивались новые виды туризма, гарантирующие туристам яркие незабываемые впечатления, например паранормальный, а также «тёмный» («мрачный», Dark) туризм по местам, связанным со смертью и страданиями людей. В 2017 г. международный рейтинг топ-направлений «мрачного» туризма пополнил Санкт-Петербург – дворец Юсуповых на Мойке с экспозицией «Убийство Распутина».

Отмечается совпадение «ареалов» благоприятных природно-климатических условий для занятий туризмом и экскурсионной привлекательности. Самым высоким интегральным туристским потенциалом располагают Москва, Подмосковье и города «Золотого кольца России»; Санкт-Петербург и его окрестности; Черноморское побережье Кавказа и горные районы Северного Кавказа; Крым; Поволжье; Средний и Южный Урал; Алтай и Байкал.

Культурно-познавательный туризм

В Едином государственном реестре объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации значится 97,4 тыс. объектов (2020). В стране насчитывается 86,2 тыс. памятников истории и культуры, 2920 музеев, 669

профессиональных театров (2020).

В список Всемирного наследия ЮНЕСКО от России включены 31 объект, из них 19 – по номинации «Культурное наследие человечества» и 12 – по номинации «Природное наследие» (2021). В 2014–2021 гг. в список вошли 5 новых объектов: Бóлгарский историко-археологический комплекс (2014), ландшафты Даурии (2017), Успенский собор и монастырь острова-града Свияжск (2017), памятники древнего Пскова (2019) и петроглифы Онежского озера и Белого моря (2021).

Самыми первыми (1990) в международный список были внесены 3 культурно-исторических объекта: Московский Кремль и Красная площадь; исторический центр Петербурга и памятники в его окрестностях, а также о. Кижи.

К объектам Всемирного природного наследия относятся: девственные леса Коми, вулканы Камчатки, Западный Кавказ, озеро Байкал, Золотые горы Алтая, Централь-

ный Сихотэ-Алинь и др. Россия занимает 1-е место в мире по числу особо охраняемых природных территорий. Туристов привлекают такие уникальные природные явления и объекты, как северное сияние, полярная ночь, полюс холода – самая холодная точка на Земле, где живут люди, гейзеры на Камчатке, плато Путорана и др.

По опросам Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), главным мотивом путешествий россиян по стране является знакомство с новыми местами и культурными достопримечательностями (49 % респондентов в 2021). Поездки с культурно-познавательными целями составляют 20 % внутреннего туристского потока. В последнее время этот вид туризма наполняется новым содержанием – познавательно-воспитательным и патриотическим. Наиболее привлекательны центр европейской части России, Северо-Запад, Поволжье, Средний и Южный Урал, Крым и Северный Кавказ.

Разработаны и реализуются брендовые межрегиональные туристские маршруты историко-культурного значения: «Русские усадьбы», «Серебряное ожерелье России», «Великий шёлковый путь», «Императорский маршрут» по памятным местам Дома Романовых и др. В 2017 г. легендарный туристский маршрут «Золотое кольцо» отметил 50-летний юбилей. Составлен Национальный календарь событий. Учреждены Национальная премия в области событийного туризма Russian Event Awards, Всероссийская туристская премия «Маршрут года», премия Всероссийского фестиваля-конкурса «Туристический сувенир» и др.

Развитию оздоровительного туризма способствуют благоприятные природно-климатические условия на юге европейской части России, в Крыму, Калининградской области, Приморском и Хабаровском краях и на Северном Кавказе (Дагестан). В России более 2000 км тёплых морских побережий, из которых лишь 1/3 обустроена и пригодна для пляжного отдыха. Около 40 % туристов предпочитают Черноморское и Азовское побережья, привлекательны также пляжи Балтийского и Японского морей. Бальнеологические природные ресурсы сконцентрированы в основном в европейской части России (Кавказские Минеральные Воды, Марциальные Воды). Перспективные регионы – Волго-Вятский район, Поволжье и юг Сибири.

Раздел 2. География внутреннего туризма в России

Тема лекционного занятия: Тема 2.1. Туристско-рекреационное районирование России

Цели занятия: сформировать систему знаний о туристско-рекреационном районировании территории РФ, районообразующих признаках

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Туристско-рекреационное районирование России предполагает комплексный анализ, включающий оценку рекреационного потенциала территории, современного состояния туристско-рекреационной сферы и перспектив её развития. 1

В основе районирования лежит пятиступенчатая система таксономических единиц: зона, область (край, республика), район, рекреационная местность, рекреационный микрорайон. 2

Рекреационные зоны выделяются в зависимости от плотности сосредоточения предприятий длительного отдыха и освоенных рекреационных ресурсов. 2 **В качестве дополнительного признака** рассматривается открытость территории (ориентированность на категории потребителей: население всей страны и туристов из зарубежных стран, население смежных регионов или только местное население). 1

Для каждого рекреационного района характерен индивидуальный набор предпосылок для развития туризма и рекреации, а также определённый подход к организации туристско-рекреационной деятельности. В качестве дополнительных признаков рассматриваются структура рекреационных потребностей местного населения, востребованность имеющихся рекреационных ресурсов, уровень развития туристско-рекреационной инфраструктуры, туристско-рекреационная специализация района и т. д.. 1

Поскольку планирование и управление туристско-рекреационной деятельностью осуществляется на уровне субъектов РФ, за основу современного туристско-рекреационного районирования, как правило, берётся сетка административно-территориальных единиц. 1

Районирование является условием эффективности территориального планирования и территориальной организации хозяйства, поскольку опирается на оценку природно-географических условий и ресурсов, а также хозяйственных и других региональных особенностей территории.

Главными признаками, на основе которых целесообразно проводить рекреационное районирование, следующие: а) выраженная специализация территории при развитии курортно-оздоровительного хозяйства; б) выраженная связь отраслей материального производства с курортно-туристско-оздоровительным хозяйством; в) удельный вес населения, занятого в курортно-туристско-оздоровительном хозяйстве, в общей численности населения.

Собственно рекреационное районирование, т.е. районирование рекреационного использования территории, следует отличать от районирования природных условий рекреационной деятельности и природных ресурсов рекреационного хозяйства.

Как и прочие виды функционального районирования территории, рекреационное районирование может проводиться с помощью учета свойств, сущность которых определяется целями работы (исследование степени развитости общерекреационных функций, анализ структуры рекреационных функций территории, изучение эволюции форм рекреационного освоения и т. д.). Каждое из этих свойств может быть охарактеризовано с помощью большого числа признаков (абсолютная и относительная численность предприятий, уровень внутриотраслевой специализации и связей и т. д.).

Применяется пятиступенчатая система таксономических единиц рекреационного районирования: зона, область (край, республика), район, рекреационная местность, рекреационный микрорайон.

Рекреационные зоны выделяются в зависимости от плотности сосредоточения предприятий длительного отдыха и освоенным рекреационным ресурсам. В основу схемы положена степень развитости рекреационных функций территории. Степень развитости определяется по территориальной концентрации предприятий отдыха и санаторного лечения для взрослых. Это позволило выделить на территории страны четыре крупных образования, которые были названы зонами.

На следующем этапе районирования внимание было обращено на преобладание или сочетание ведущих функций рекреационных предприятий: лечебной, оздоровительной, туристской, экскурсионной. Эти образования были названы районами. При выделении районов учитывалась также ориентированность рекреационного хозяйства района — на обслуживание населения всей страны, смежных районов или только населения своего района.

Под рекреационным районом понимается целостная территория, отличающаяся благоприятным для рекреации сочетанием природных условий, имеющая рекреационные объекты и специализацию. Современный рекреационный район - это не только территория для лечения, отдыха и туризма, но также сложный административно-хозяйственный организм. Его обслуживают сельскохозяйственные и промышленные предприятия, транспортные, строительные, культурно-бытовые и другие организации.

Расчеты, произведенные на основе схемы районирования, позволили отметить существование районов с очень высокой степенью развития рекреационных функций. К их числу прежде всего относятся районы, тяготеющие к побережьям теплых морей и к Кавказу. Почти каждый район является одновременно и районом познавательного туризма и экскурсий для населения других районов. Вместе с тем намечалась дифференциация районов по их роли в территориальном разделении труда по предоставлению рекреационных услуг. Так, выявились районы, участвующие в обеспечении всех районов страны широким набором услуг (Кавказ), районы, обеспечивающие смежные территории (Азовский,), налаживающие обеспечение оздоровительными циклами занятий своего населения и познавательного туризма жителей других районов (Северо-Западный, Волжский).

Данные о структуре лечебно-оздоровительных учреждений разных типов свидетельствуют о том, что функциональная структура районов неоднородна. Существуют как районы с резким преобладанием одной из функций (Горно-Кавказский), так и районы полифункциональные (Центральный).

Ограниченный набор функций лишь иногда характеризует высокий уровень развития (Северо-Кавказский — лечебный, Горно-Кавказский — спортивно-туристский). Чаще он свидетельствует о начальных стадиях рекреационного освоения территории. И наоборот, более или менее равномерное представительство разных по функциям предприятий свидетельствует об относительной зрелости района (Черноморско-Кавказский, Центральный).

Тема 2.2. Виды и география внутреннего туризма в России: современное состояние, проблемы и перспективы развития

Цели занятия: сформировать систему знаний о видах туризма, получивших развитие в РФ, перспективах их развития, проблемах, а также географии распространения этих видов туризма

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Туризм является одной из наиболее динамично развивающихся и высокодоходных отраслей мировой экономики. Существование в Российской Федерации существенных диспропорций в туристской сфере выявило необходимость исследования состояния туризма на современном этапе. В статье проанализированы основные проблемы и перспективы развития въездного и выездного туризма в России. Ключевые слова: развитие туризма, туристический поток, въездной туризм, выездной туризм, внутренний туризм. На современном этапе развития туризм является одной из наиболее важных и динамично развивающихся сфер, приносящих доход нашей стране. Его развитие важно для формирования валового внутреннего продукта и валового национального продукта. Развитие сервиса и туризма имеет большое значение для государства в целом. Во-первых, туризм оказывает стимулирующее влияние на другие сектора экономики, во-вторых, создает значительное количество рабочих мест, в-третьих, способствует межнациональному и межкультурному общению. Но самое главное он влияет на сохранение и развитие культурного потенциала. Так как туризм является экономически выгодной и экологически безопасной отраслью национальной экономики, а также существенным звеном инновационного развития страны, наше государство старается разработать наиболее выгодную концепцию социально-экономического развития Российской Федерации. В «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» туризм рассматривается как источник финансовых доходов бюджетной системы Российской Федерации, средство повышения занятости и качества жизни населения, способ поддержания здоровья граждан, основа для развития социокультурной среды и воспитания патриотизма, а также мощный инструмент просвещения и формирования нравственной платформы развития гражданского общества [3]. Наша страна располагает огромным потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма. Природное и культурно-историческое разнообразие России позволяет развивать практически все виды туризма: рекреационный туризм, культурно-познавательный, деловой, спортивный, лечебно-оздоровительный, экологический и т. д.

На современном этапе развития стали более доступными для иностранных туристов, а также и для россиян, такие перспективные районы, как Дальний Восток, Сахалин, Курильские острова, Урал, Север России, г. Нижний Новгород, г. Самара и другие территории [1]. Однако, несмотря на это, туристский импорт (ввоз в страну туристских впечатлений) по-прежнему превышает ту-

ристский экспорт (вывоз из страны туристских впечатлений). Это в свою очередь свидетельствует о том, что вывозится из страны денег больше, чем поступает.

Основными факторами, сдерживающими развитие внутреннего и въездного туризма, является неразвитая туристская инфраструктура, отсутствие благоприятных условий для инвестиций, невысокое качество обслуживания туристов и недостаточно активное имиджевое позиционирование России как туристической державы на внутреннем и международном рынках, что оказывает негативное влияние на рейтинговые показатели страны [5]. Основными проблемами развития внутреннего туризма в Российской Федерации считаются: Проблема средств размещения. Сюда относят недостаточное количество средств размещения ориентированных на массового туриста, а также высокую стоимость действующих средств размещения. Транспортная проблема. Инфраструктура для путешествий автотранспортом отсутствует: дороги низкого качества, придорожных кафе, гостиниц, стоянок и т. п. мало. А те предприятия, которые имеются, оказывают низкий уровень сервиса, но при этом устанавливают высокие цены. Стоимость транспортных услуг (авиа и железнодорожного транспорта) также высокая. Слабый интерес инвесторов к индустрии туризма. Это обусловлено низкой окупаемостью инвестиций в сфере туризма. Инвесторам выгоднее вложить средства в строительство жилого комплекса, чем гостиницы, окупив затраты значительно быстрее. Низкий уровень сервиса. Проблема низкого уровня сервиса в большей мере с недостатком квалифицированных кадров. Низкий уровень «культуры отдыха». «Культура отдыха» подразумевает готовность населения принимающих регионов, а также работников туристской сферы к взаимодействию с туристами, обменом опытом, проявлением доброжелательности и гостеприимства, проявлению такта и толерантности, а также уважительное и бережное отношение туристов к посещаемым ими объектам и территориям, быту и обычаям местного населения, укладу их жизни. Не во всех регионах России местное население адекватно реагирует на приезд отдыхающих, в некоторых случаях открыто выражая свое недовольство. Зачастую причиной тому служит поведение туристов и ущерб, который они наносят окружающей среде, а также недопустимая манера поведения отдыхающих

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Общие понятия о внутреннем туризме. Экономическое и социально-культурное значение туризма

Тема занятия: Тема 1.1. Экономическое и социально-культурное значение внутреннего туризма

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

1. Экономическое феномен туризма
2. Социально-культурное значение внутреннего туризма

Темы проектов

1. История внутреннего туризма в РФ
2. Современные факторы и предпосылки развития внутреннего туризма
3. Современные мотивации туристов при выборе видов туризма и внутренних туристских направлений.
4. Внутренние турпотоки в России и их распределение.
5. География внутреннего туризма в РФ

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Место и роль процессов глобализации на глобальном рынке туристических услуг.
2. Основные аспекты глобализации мировой экономики.
3. Перспективы развития туризма в ракурсе глобализации мировой экономики

Раздел 1. Глобализация экономики и ее влияние на туризм

Тема занятия: Тема 1.2. Характеристика Российской Федерации как территории для развития внутреннего туризма

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

общая характеристика России: территория, границы, численность населения, национальный состав, религии, климат, экономика, геополитика, туристская инфраструктура. Соотношение городского и сельского населения. Города-миллионники.

Темы проектов

1. Источники и методы обработки информации для аналитики современных процессов во внутреннем туризме
2. Анализ туристкой инфраструктуры РФ
3. Анализ транспортной системы РФ для развития туризма
4. Анализ средств размещения РФ для развития туризма
5. Анализ транспортной системы РФ для развития туризма
6. Воздействие туризма на экологию РФ
7. Влияние климата на развитие различных видов туризма

1.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

Транспортная обеспеченность. География авиатранспорта, железнодорожных путей, сеть автодорог России, водные транспортные артерии (морские и речные), крупнейшие порты. Экологические проблемы и охрана окружающей среды.

Раздел 2. География внутреннего туризма в России

Тема занятия: Тема 2.1. Туристско-рекреационное районирование России

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

Районообразующие признаки. Принципы туристско-рекреационного районирования. Туристско-рекреационные районы РФ: Европейский Север, Центр РФ, Юг России, новые территории РФ, Сибирь, Дальний Восток: географическое положение климат, туристские ресурсы, рельеф, ландшафт, водные и лесные ресурсы, минеральные воды и целебные грязи. Санаторно-курортный комплекс РФ.

Темы проектов

1. Характеристика туризма в Арктическом регионе РФ
2. Характеристика туризма в регионе Европейский Север РФ
3. Характеристика туризма в Центральном регионе РФ
4. Характеристика туризма в Приволжском регионе
5. Характеристика туризма на Юге РФ
6. Характеристика туризма в регионе Кавказские Минеральные Воды
7. Характеристика туризма на Черноморском побережье РФ
8. Характеристика туризма в Крыму
9. Характеристика туризма в Кавказском регионе
10. Характеристика туризма в Приазовье
11. Характеристика туризма в Уральском регионе
12. Характеристика туризма в Сибири

13. Характеристика туризма в Прибайкалье
14. Характеристика туризма на Алтае
15. Характеристика туризма на Дальнем Востоке
16. Характеристика туризма в Камчатском крае
17. Характеристика туризма в Санкт-Петербурге
18. Характеристика туризма в Калининградской области
19. Характеристика туризма в Москве
20. Характеристика туризма в Казани

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Культурно-историческое наследие России.
2. Памятники истории и архитектуры.
3. Объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО и их использование в туризме.
4. Ключевые туристские центры.
5. Туристская инфраструктура.

РАЗДЕЛ 2. География внутреннего туризма в России

Тема занятия: Тема 2.2. Виды и география внутреннего туризма в России: современное состояние, проблемы и перспективы развития

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

География основных видов туризма в России: культурно-познавательного и экскурсионного, пляжно-рекреационного, спортивного, делового, лечебно-оздоровительного, образовательного, экологического, сельского, гастрономического, событийного, конгрессно-выставочного туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья и др. Условия и ресурсы для развития этих видов туризма.

Темы проектов

1. Характеристика туризма на маршруте «Золотое кольцо России»
2. Характеристика туризма в Нижнем Новгороде
3. Характеристика туризма в Волгограде
4. Характеристика туризма в Сочи
5. Характеристика туризма в любом регионе/городе/местности (на выбор студента)
6. Характеристика экологического туризма в РФ
7. Характеристика круизного туризма в РФ
8. Характеристика делового туризма в РФ
9. Характеристика детского туризма в РФ
10. Характеристика событийного туризма в РФ
11. Характеристика лечебно-оздоровительного туризма в РФ
12. Характеристика пляжно-рекреационного туризма в РФ
13. Характеристика образовательного туризма в РФ
14. Характеристика спортивного туризма в РФ
15. Характеристика горнолыжного туризма в РФ
16. Характеристика перспективных инновационных видов туризма в РФ
17. Национальные туристские маршруты.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Туристская инфраструктура.
2. Направленность туристских потоков.
3. тенденции в развитии различных видов туризма.
4. Статистика посещаемости отдельных регионов и туристских центров.

5. Особо охраняемые природные территории РФ и их использование в туризме.
6. Национальные туристские маршруты.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Общие понятия о внутреннем туризме. Экономическое и социально-культурное значение туризма Тема 1.1. Экономическое и социально-культурное значение внутреннего туризма Тема 1.2. Характеристика Российской Федерации как территории для развития внутреннего туризма	Самостоятельное изучение материала раздела/темы Подготовка реферата Выполнение аналитического задания Подготовка проекта
Раздел 2. География внутреннего туризма в России Тема 2.1. Туристско-рекреационное районирование России Тема 2.2. Виды и география внутреннего туризма в России: современное состояние, проблемы и перспективы развития	Самостоятельное изучение материала раздела/темы Подготовка реферата Выполнение кейс - задания Подготовка проекта

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1. Общие понятия о внутреннем туризме. Экономическое и социально-культурное значение туризма

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Экономическое значение внутреннего туризма.
2. Внутренний туризм как социально-культурный феномен.
3. Основные понятия о туристском регионе.
4. Региональный туризм.
5. Государственная политика в сфере внутреннего туризма в России.
6. Инструменты управления внутренним туризмом.
7. Программы развития туризма. Краткая история развития туризма в России.
8. Социальный туризм в России.
9. Общая характеристика России: территория, границы, численность населения, национальный состав, религии, климат, экономика, геополитика, туристская инфраструктура.
10. Соотношение городского и сельского населения.
11. Города-миллионники.
12. Транспортная обеспеченность.
13. География авиатранспорта, железнодорожных путей, сеть автодорог России, водные транспортные артерии (морские и речные), крупнейшие порты.

14. Экологические проблемы и охрана окружающей среды.

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 1:

1. История внутреннего туризма в РФ
2. Современные факторы и предпосылки развития внутреннего туризма
3. Современные мотивации туристов при выборе видов туризма и внутренних туристских направлений.
4. Внутренние турпотоки в России и их распределение.
5. География внутреннего туризма в РФ
6. Источники и методы обработки информации для аналитики современных процессов во внутреннем туризме
7. Анализ туристкой инфраструктуры РФ
8. Анализ транспортной системы РФ для развития туризма
9. Анализ средств размещения РФ для развития туризма
10. Анализ транспортной системы РФ для развития туризма
11. Воздействие туризма на экологию РФ
12. Влияние климата на развитие различных видов туризма

Названия кейс-заданий к Разделу 1:

Задания для самостоятельной работы

Разработайте тур.маршрут по России, используя новые направления. Опишите маршрут, продолжительность, целевую аудиторию, достопримечательности, объекты интереса, используемый транспорт, места размещения, меры безопасности.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2. География внутреннего туризма в России

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

1. Районообразующие признаки.
2. Принципы туристско-рекреационного районирования.
3. Туристско-рекреационные районы РФ: Европейский Север, Центр РФ, Юг России, новые территории РФ, Сибирь, Дальний Восток: географическое положение, климат, туристские ресурсы, рельеф, ландшафт, водные и лесные ресурсы, минеральные воды и целебные грязи.
4. Санаторно-курортный комплекс РФ.
5. Культурно-историческое наследие России.
6. Памятники истории и архитектуры.
7. География основных видов туризма в России: культурно-познавательного и экскурсионного, пляжно-рекреационного, спортивного, делового, лечебно-оздоровительного, образовательного, экологического, событийного, конгрессно-выставочного туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья и др.
8. Условия и ресурсы для развития этих видов туризма.
9. Туристская инфраструктура.
10. Направленность туристских потоков.
11. Тенденции в развитии различных видов туризма.
12. Статистика посещаемости отдельных регионов и туристских центров.
13. Ключевые туристские центры.

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 2:

1. Характеристика туризма в Арктическом регионе РФ
2. Характеристика туризма в регионе Европейский Север РФ
3. Характеристика туризма в Центральном регионе РФ
4. Характеристика туризма в Приволжском регионе
5. Характеристика туризма на Юге РФ
6. Характеристика туризма в регионе Кавказские Минеральные Воды
7. Характеристика туризма на Черноморском побережье РФ

8. Характеристика туризма в Крыму
9. Характеристика туризма в Кавказском регионе
10. Характеристика туризма в Приазовье
11. Характеристика туризма в Уральском регионе
12. Характеристика туризма в Сибири
13. Характеристика туризма в Прибайкалье
14. Характеристика туризма на Алтае
15. Характеристика туризма на Дальнем Востоке
16. Характеристика туризма в Камчатском крае
17. Характеристика туризма в Санкт-Петербурге
18. Характеристика туризма в Калининградской области
19. Характеристика туризма в Москве
20. Характеристика туризма в Казани
21. Характеристика туризма на маршруте «Золотое кольцо России»
22. Характеристика туризма в Нижнем Новгороде
23. Характеристика туризма в Волгограде
24. Характеристика туризма в Сочи
25. Характеристика туризма в любом регионе/городе/местности (на выбор студента)
26. Характеристика экологического туризма в РФ
27. Характеристика круизного туризма в РФ
28. Характеристика делового туризма в РФ
29. Характеристика детского туризма в РФ
30. Характеристика событийного туризма в РФ
31. Характеристика лечебно-оздоровительного туризма в РФ
32. Характеристика пляжно-рекреационного туризма в РФ
33. Характеристика образовательного туризма в РФ
34. Характеристика спортивного туризма в РФ
35. Характеристика горнолыжного туризма в РФ
36. Характеристика перспективных инновационных видов туризма в РФ
37. Национальные туристские маршруты.

Названия кейс-заданий к Разделу 2:

1. кейс проанализировать динамику туристского потока за период 5-10 лет на примере любой туристского центра, города, местности мира или региона России. В анализе должны быть отражены сведения о количестве туристов, посетивших регион/город/местность, (отразить в виде графика или столбчатой диаграммы) и о структуре турпотока по целям (в виде круговой диаграммы). Выявить причины роста или снижения популярности города/региона/местности для туристов.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Общие понятия о внутреннем туризме. Экономическое и социально-культурное значение туризма

Тема 1.1. Экономическое и социально-культурное значение внутреннего туризма







Тема 1.2. Характеристика Российской Федерации как территории для развития внутреннего туризма





РАЗДЕЛ 2. География внутреннего туризма в России

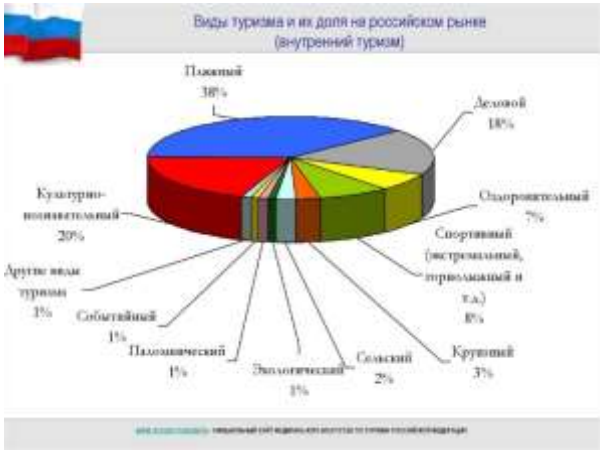
Тема 2.1. Туристско-рекреационное районирование России





Тема 2.2. Виды и география внутреннего туризма в России: современное состояние, проблемы и перспективы развития




Виды туризма и их доля на российском рынке
(внутренний туризм)
Пляжный
38%
Деловой
18%
Оздоровительный
7%
Спортивный
(экстремальный,
приключенческий и
т.д.)
8%
Круизный
3%
Сельский
2%
Экологический
1%
Познавательный
1%
Событийный
1%
Другие виды
туризма
3%
Культурно-
познавательный
20%

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Концепция проектного управления в туризме	
Тема 1.1. Общие понятия о туристском проектировании	История проектного управления. Понятие проектирования. Виды проектов. Объекты проектирования в туризме: процессы, объекты, явления, продукты, услуги, туристские пространства.
Тема 1.2. Технологии проектного управления в туризме	Целеполагание в туристском планировании. Жизненный цикл проекта. Преимущества проектного управления. Гибкое управление проектами. Инструменты управления проектами. Различия между традиционным и проектным менеджментом. Варианты организации деятельности проектного менеджмента в организации. Методика предпроектного анализа.
РАЗДЕЛ 2. Стейкхолдеры туристских проектов	
Тема 2.1. Первичные и вторичные стейкхолдеры	Влияние стейкхолдеров на туристский проект. Первичные стейкхолдеры (собственники, клиенты, сотрудники, бизнес-партнеры, контрагенты). Вторичные стейкхолдеры (властные структуры, средства массовой информации, местные сообщества)..
Тема 2.2. Управление коммуникациями в туристских проектах схем.	Роль коммуникаций в туризме. Маркетинговые коммуникации. Общественное мнение, связи с общественностью. Свойства, аспекты и функции коммуникаций.
Раздел 3. РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМИ	

ПОДСИСТЕМАМИ ТУРИСТСКОГО ПРОЕКТА	
Тема 3.1. Управление стоимостью и рисками проекта	Разработка сметы и бюджета проекта. Минимизация затрат. Распределение средств по фазам жизненного цикла проекта. Методы оценки стоимости проекта. Бюджет проекта. Контроль и управление качеством проекта. План управления рисками. Риск-менеджмент. Идентификация рисков
Тема 3.2. Управление командой и ресурсами проекта	формирование проектной команды. Модели организации и управления проектной командой. Мобилизация ресурсов проекта. Мониторинг проекта. Контроль проекта. Управление изменениями и завершение проекта.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других

видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые

используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

Тема 1.1. Общие понятия о туристском проектировании

Вопросы для самоподготовки:

1. Определение проекта, его характеристики
2. Концепция жизненного цикла проекта
3. История проектного управления.
4. Понятие проектирования. Виды проектов.
5. Объекты проектирования в туризме: процессы, объекты, явления, продукты, услуги, туристские пространства.
6. Целеполагание в туристском планировании.
7. Жизненный цикл проекта.

Тема 1.2. ***Этапы управления планированием***.

Вопросы для самоподготовки:

Инструменты управления проектами.

8. Различия между традиционным и проектным менеджментом.
9. Варианты организации деятельности проектного менеджмента в организации.
10. Методика предпроектного анализа.
11. Классификация проектов
12. Содержание и процессы управления проектами
13. Управление содержанием проекта

Раздел 2. СТЕЙКХОЛДЕРЫ ТУРИСТСКИХ ПРОЕКТОВ

Тема 2.1. ***Первичные и вторичные стейкхолдеры***

Вопросы для самоподготовки:

1. Выявление особенностей механизма формирования кластеров разного типа и анализ существующих подходов к идентификации кластерных схем
2. Методы идентификации туристских кластеров в системе регионального туризма
3. Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивого развития туризма в регионе
4. Мировой и российский опыт создания туристских кластеров, их влияние на развитие индустрии туризма
5. Принципы государственно-частного партнерства в управлении туристскими кластерами.
6. Государственное участие в формировании и реализации кластерной политики: российский и зарубежный опыт
7. Особенности механизма формирования кластеров разного типа.

Тема 2.2. Управление коммуникациями в туристских проектах

Вопросы для самоподготовки:

1. Анализ существующих подходов к идентификации кластерных схем на примере модельного инвестиционного проекта "Национальный парк спорта и туризма Тургояк".
2. Кластерная стратегия и ее преимущества в социально-экономическом развитии стран мира и России
3. Алгоритм формирования туристского кластера.
4. Анализ региональных программ развития туристских кластеров.
5. Этапы и технология создания туристских кластеров
6. Основные подходы, принципы и механизмы управления туристскими кластерами.
7. Анализ региональных программ развития туристских кластеров.

РАЗДЕЛ 3. РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМИ ПОДСИСТЕМАМИ ТУРИСТСКОГО ПРОЕКТА

Тема 3.1. Управление стоимостью и рисками проекта

1. Разработка сметы и бюджета проекта.
2. Минимизация затрат.
3. Распределение средств по фазам жизненного цикла проекта.
4. Методы оценки стоимости проекта.
5. Бюджет проекта.
6. Контроль и управление качеством проекта.
7. План управления рисками.
8. Риск-менеджмент.
9. Идентификация рисков

Тема 3.2. Управление командой и ресурсами проекта

1. Формирование проектной команды.
2. Модели организации и управления проектной командой.
3. Мобилизация ресурсов проекта.
4. Мониторинг проекта.
5. Контроль проекта.
6. Управление изменениями и завершение проекта.

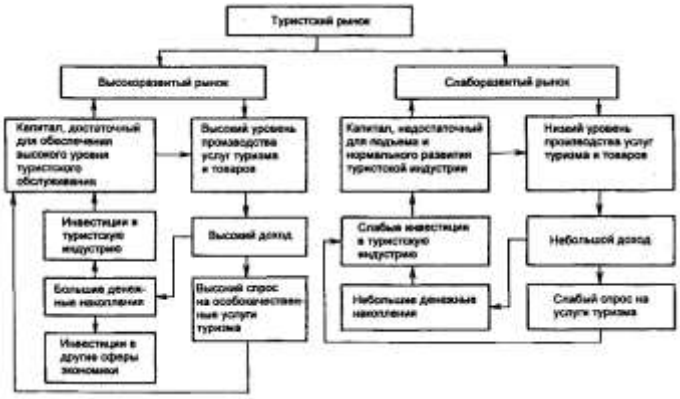
Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)
Раздел 1. Концепция проектного управления в туризме
Тема 1.1. Общие понятия о туристском проектировании

Рисунки:





Источник: Маркетинг услуг и психологическая упаковка (jofo.me)



Источник: https://yandex.ru/images/search?cbir_id=2496257%2FWMtfFsh-wtr_091FeAYYVA3666&cbir_page=similar&from=tabbar&img_url=http%3A%2F%2Fvbibl.ru%2Fpars_docs%2Frefs%2F44%2F43699%2F43699_html_16dd066e.png&pos=0&rpt=imageview&url=https%3A%2F%2Favatars.mds.yandex.net%2Fget-images-cbir%2F2496257%2FWMtfFsh-wtr_091FeAYYVA3666%2Forig

Тема 1.2. Технологии проектного управления в туризме

Рисунки:



Источник: https://mavink.com/post/4E4AC79FE27DBDCD5F2B31A66158DF9A06AM92DC91



Источник: https://present5.com/rossijskaya-akademiya-nauk-uralskoe-otdelenie-institut-ekonomiki-klasternaya/



Источник: https://ppt-online.org/723952

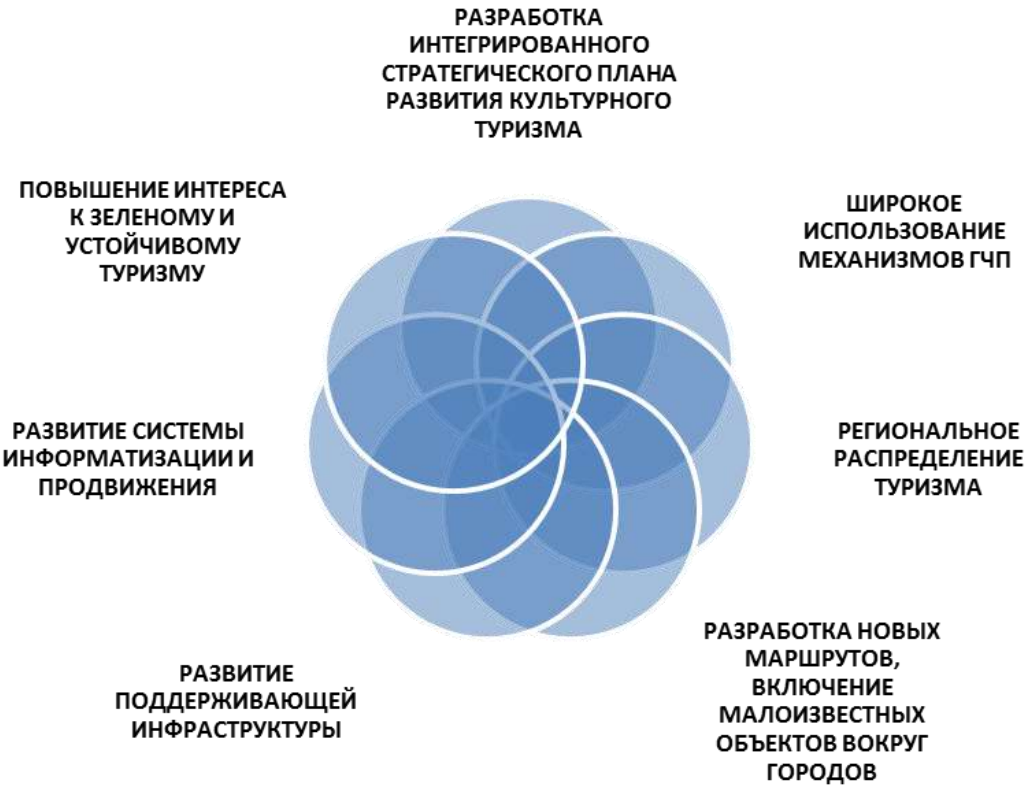
Раздел 2. СТЕЙКХОЛДЕРЫ ТУРИСТСКИХ ПРОЕКТОВ

Тема 2.1. Первичные и вторичные стейкхолдеры

Рисунки:



Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/kamenskih.htm



Источник: Маркетинг услуг и психологическая упаковка (jofo.me)

Тема 2.2. **Тема 2.2.** Управление коммуникациями в туристских проектах

Рисунки:

Источник: Маркетинг услуг и психологическая упаковка (jofo.me)



Источник: Методические подходы к выявлению и оценке кластерных схем туризм: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках (yandex.ru)

РАЗДЕЛ 3. РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМИ ПОДСИСТЕМАМИ ТУРИСТСКОГО ПРОЕКТА

Тема 3.1. Управление стоимостью и рисками проекта

Рисунки:



Управление рисками проекта



Управление стоимостью проекта

Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/kamenskih.htm

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

− внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

− ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой

дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью.

Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее

написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;

- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. Концепция проектного управления в туризме

Тема 1.1. Общие понятия о туристском проектировании

3. Цели занятия.

− сформировать знания о методах и приемах анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− освоить механизмы формирования кластеров в экономике и в индустрии туризма в частности;

− сформировать умения использования основных методов и приемов анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− приобрести профессиональные умения по обеспечению выполнение основных функций управления подразделениями организаций туристской индустрии.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие конкурентоспособности на туристском рынке	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Содержание проектирования и моделирования экономических процессов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Стратегическое управление туриндустрией на различных уровнях управления.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Сущность и экономическое содержание конкурентоспособности регионального туристского рынка

Текст лекции.

Для достижения максимальной эффективности бизнеса туристская организация должна контролировать макроэкономические факторы конкурентной среды (демографические, экономические, технологические, политико-правовые и социально-культурные) и микрофакторы конкурентной среды (потребители, конкуренты, каналы распределения, поставщики). Эти факторы влияют на способность туристской организации получать прибыль на рынке, поэтому их необходимо отслеживать, чтобы своевременно обнаружить изменения этих факторов и главные тенденции в их развитии. В каждой из этих тенденций организация должна выявить скрытые благоприятные возможности и угрожающие факторы для своего бизнеса.

Главная цель изучения конкурентной среды — выявить новые конкурентные возможности. Благоприятную возможность можно определить как зону рыночной потребности, в которой туристская организация может действовать с прибылью для себя. Благоприятные возможности можно классифицировать по степени их привлекательности и успеха, который они обещают. Для того чтобы преуспеть, потенциал туристской организации должен не только соответствовать требованиям целевого рынка, на котором она собирается функционировать, но и превосходить потенциал конкурентов. Максимальных успехов добьется организация, которая предлагает потребителю наиболее ценимые им услуги, способные выдержать испытание временем.

Угрожающий фактор можно определить как опасность, вызванную к жизни неблагоприятными тенденциями или развитием событий, которые в отсутствие защитных мероприятий приведут к падению сбыта и доходов. Такие факторы классифицируются по степени их серьезности и возможности появления.

Изучив совокупность благоприятных и угрожающих факторов конкурентной среды туристского бизнеса, можно оценить степень ее привлекательности для организации. В зависимости от привлекательности конкурентной среды можно выделить четыре класса туристского бизнеса:

1) идеальный — много благоприятных возможностей и мало угрожающих факторов;

2) спекулятивный — много благоприятных возможностей и много угрожающих факторов;

3) солидный — мало благоприятных возможностей и мало угрожающих факторов;

4) неблагоприятный — туристская организация имеет мало благоприятных возможностей и много угрожающих факторов.

Оценив свои перспективы, туристская организация принимает решение о вхождении на рынок с конкретной конкурентной средой или отказывается от занятия данным видом бизнеса. Однако благоприятного стечения только внешних обстоятельств недостаточно. Туристская организация должна обладать внутренним потенциалом (силой), чтобы преуспеть в этих обстоятельствах. Необходимо знать уровень конкурентной силы своей организации, оценить ее плюсы и минусы, т.е. оценить уровень конкурентоспособности.

Конкурентоспособность туристской организации — это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной организации от развития организаций-конкурентов по степени удовлетворения потребностей туристов и по эффективности бизнеса. Конкурентоспособность организации характеризует возможности и динамику ее приспособления к условиям рыночной конкуренции.

При определении конкурентного положения туристской организации могут использоваться:

• структурный подход, основанный на изучении параметров интенсивности конкуренции (количество туристских организаций и распределение рыночных долей между ними и др.);

• функциональный подход, основанный на расчете показателей, характеризующих эффективность туристского бизнеса (система показателей рентабельности).

На практике чаще всего используются оба подхода для большей точности результатов оценки конкурентоспособности.

В любом случае оценка конкурентоспособности предполагает реализацию ряда мероприятий. Сначала выявляются существующие и потенциальные конкуренты туристской организации. Далее выбираются критерии конкурентоспособности (например, место расположения, уровень цен, доля рынка и др.), определяется рейтинг каждой организации по каждому критерию (по десятибалльной или стобалльной системе). Это позволяет сосредоточить внимание на тех позициях, в которых организация имеет преимущества или, наоборот, не имеет их. После этого определяется общий уровень конкурентоспособности туристской организации и формируется стратегия повышения рыночного рейтинга данного предприятия.

Стратегия конкурентоспособности во многом определяется сферой приложения усилий туристской организации.

Наиболее важная область соперничества производителей туристских продуктов и услуг — рынки сбыта и потребления. Так, потеря 10%-ной доли рынка, как правило, влечет за собой снижение нормы прибыли на 5—6%. Недооценка конкурента в борьбе за потребителя приводила даже крупнейшие компании к значительным потерям и кризисам.

Кроме того, конкурентная борьба может развернуться в области производственных и трудовых ресурсов. Особенно обострилась в последнее время конкуренция в области трудовых ресурсов на рынке туристских продуктов и услуг. Это связано со значительным ростом потребности организаций в высококвалифицированном персонале, которую национальная система образования не может в полной мере удовлетворить. Для решения этой проблемы туристские организации прибегают к различным способам — от создания собственных высших учебных заведений до переманивания работников из других компаний и даже других стран.

Глобализация экономики обострила конкурентную борьбу в области инноваций. Постоянное совершенствование стало неотъемлемым условием процветания туристских организаций. Изобретение или принципиально новый продукт (услуга) может вознести организацию на вершину успеха, но аналогичное изобретение конкурента может перечеркнуть многолетние усилия предприятия.

Государственные реформы последних лет значительно уменьшили преимущества туристских монополистов. Рентабельность малых организаций существенно возросла за счет их гибкости и адаптации к динамично меняющемуся рынку. Малые и средние организации более восприимчивы к нововведениям, легче обеспечивают быстроту окупаемости затрат. В них выше цена успеха и потерь и поэтому сильнее хозяйственные мотивации. В результате значительного возрастания удельного веса малого бизнеса на рынке туристских продуктов и услуг соперничество между монополиями ныне соседствует с борьбой средних и мелких организаций.

Кроме того, конкуренция в туризме приобретает все более международный характер. Активно внедряются современные формы и методы конкурентной борьбы (например, информационные технологии). Конкуренция, направленная на удержание рыночных позиций и получение сверхприбыли, все больше вытесняется соперничеством, основанным на инновациях и умелой адаптации к меняющейся экономической среде. Высокое качество и быстрое обновление ассортимента продуктов и услуг становятся в условиях современной экономики важнейшими факторами конкурентоспособности туристских организаций независимо от форм собственности.

Все сказанное придает конкуренции в туризме особую остроту и заставляет организации оценивать не только свои реальные возможности, но и возможные риски. Конкурентоспособность туристских организаций в современных условиях - Экономика туристского рынка (studref.com)

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Сущность кластера как новой организационной формы экономической деятельности туристской отрасли.
2. По материалам периодической печати и сети Интернет проанализировать кластерные технологии и кластерную модель. Развития регионов.
3. Сравнить позиции авторов на одну и ту же проблему. Обосновать собственные выводы.

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. Концепция проектного управления в туризме / Тема 1.2. Технологии проектного управления в туризме

3. Цели занятия.

− сформировать знания о методах и приемах анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− освоить механизмы формирования кластеров в экономике и в индустрии туризма в частности;

− сформировать умения использования основных методов и приемов анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− приобрести профессиональные умения по обеспечению выполнение основных функций управления подразделениями организаций туристской индустрии.

1. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Содержание кластерного подхода в экономики	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Кластерный подход в развитии экономики туризма регионов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Теоретические предпосылки кластерного подхода в туристской отрасли в регионе

Текст лекции.

В условиях мирового финансово-экономического кризиса и в туризме возникла необходимость в укреплении партнерства между государством, бизнесом, образованием и наукой. Перестройке способов организации производства и территориальной структуры туризма способствовало развитие рыночной экономики в России. Кластерный подход был признан основным методом развития туристской отрасли.

Применение кластерного подхода в туриндустрии в условиях переходной экономики является весьма актуальным и связано с целым рядом особенностей данной отрасли. В первую очередь с нематериальным характером турпродукта, создаваемого на конкретной территории, на основе местных ресурсов при взаимодействии хозяйствующих субъектов и администрации региона и наличии тесных межотраслевых связей.

Применение кластерного подхода для стратегического планирования регионального туризма приводит к масштабному мультипликативному эффекту.

Кластер — это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу.

Центральным понятием кластера выступают туристские ресурсы, им принадлежит решающая роль в развитии туризма, потому что они в большей степени основным являются мотивом и причиной участия людей в туристских поездках.

В Законе РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» дается следующая трактовка туристских ресурсов — это природные, исторические, социально-культурные объекты исторического показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил.

Туристический кластер — это совокупность туристско-рекреационных особых экономических зон, созданных по решению правительства РФ и расположенных на одном или нескольких участках территории субъектов РФ и муниципальных образований, определяемых правительством РФ.

Управляющей компанией туристического кластера признается юридическое лицо в форме ОАО, учрежденное на основе принципов государственно-частного партнерства, которому по решению правительства РФ могут быть переданы отдельные полномочия по управлению туристско-рекреационными особыми экономическими зонами (ОЭЗ), входящими в туристический кластер.

В законопроекте говорится также, что на момент создания туристско-рекреационной ОЭЗ, входящей в туристический кластер, земельные участки, образующие эту зону, могут находиться во владении, в пользовании или в распоряжении граждан или юридических лиц. Срок существования туристско-рекреационной ОЭЗ, входящей в туристический кластер, может быть продлен по решению правительства РФ не более чем на 29 лет.

На момент создания туристско-рекреационной ОЭЗ, входящей в туристический кластер, земельные участки, образующие эту зону, могут находиться во владении, в пользовании или в распоряжении граждан или юридических лиц.

В проекте закона предлагается распространить действующий упрощенный миграционный режим для высококвалифицированных иностранных специалистов, привлекаемых для работы в кластере.

Цель создания туристического кластера — повысить конкурентоспособность территории на туристическом рынке за счет синергетического эффекта, в т.ч.:

повышения эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер,

стимулирования инноваций,

стимулирования развития новых направлений.

Создание туристического (или туристско-рекреационного) кластера определяет позиционирование территории и влияет на формирование имиджа региона.

Основоположниками кластерного подхода были А. Маршалл и Б.С. Ястремский, и изначально он был применен к промышленному производству, но популяризатором идеи отраслевых кластеров для повышения региональной конкурентоспособности стал Майкл Портер профессор Гарвардской школы бизнеса.

Предпосылки для возникновения кластера были представлены М. Портером в знаменитый «ромб конкуренции». Помимо традиционных факторов — условий спроса, конкурентной среды и наличия поддерживающих производств — на конкретной территории должны быть созданы (а не унаследованы!) такие специализированные факторы, как квалифицированные кадры, инфраструктура и капитал. Создание этих специализированных факторов требует длительных и устойчивых инвестиций, которые сложно повторить. Это и создает кластеру конкурентное преимущество, копирование которого затруднительно.

Основными характеристиками туристских кластеров мы считаем следующие:

наличие кооперации между субъектами туристского кластера (предпринимательскими структурами, органами власти и государственными учреждениями, общественными организациями), функционирующими в индустрии туризма и смежных отраслях (в (форме государственно-частного партнерства, ассоциаций, союзов и т.п.);

совместное использование субъектами туристского кластера туристских ресурсов территории, на которой расположены туристские аттракторы, обладающей сложившейся туристской инфраструктурой (объект туристского кластера):

наличие вертикальных (внутри продуктовой цепочки индустрии туризма) и горизонтальных взаимосвязей (между структурами, участвующими в процессе производства тур продукта) между участниками туристского кластера;

наличие единой цели функционирования туристского кластера, заключающейся в повышении конкурентоспособности объектов и субъектов кластера, а также удовлетворении рекреационных потребностей за счет формирования, продвижения и реализации туристского продукта региона.

Типы кластеров:

по стадии жизненного цикла различают: прекластеры, зарождающиеся кластеры, развивающиеся кластеры, зрелые кластеры, угасающие;

по видам туристских аттракторов различают: музейные кластеры, развлекательные кластеры, спортивные кластеры, экологические кластеры, этнографические кластеры, санаторно-курортные и другие виды кластеров. Как правило, в одном туристском кластере сочетаются несколько туристских аттракторов;

по видам туристских ресурсов различают: водные (морской, речной, озерный) кластеры, лесные кластеры, горные кластеры, смешанные кластеры;

по масштабу различают: локальные, региональные кластеры, национальные кластеры, транснациональные кластеры;

по форме управления мы предлагаем различать следующие виды кластеров: управляемые бизнес-структурами, управляемые органом государственной власти, управляемые на базе государственно-частного партнерства;

по способу формирования выделяют целевые и исторически сложившиеся.

Выгода от формирования рекреационного кластера заключается в следующих основных аспектах:

предпринимательские структуры, приходящие из других отраслей, ускоряют свое развитие, стимулируя внедрение инноваций и привлекая инвестиционные ресурсы для внедрения новых стратегий в рекреационном кластере;

происходит свободный обмен информацией, что приводит к быстрому распространению инноваций по каналам поставщиков ресурсов или потребителей рекреационных услуг, взаимодействующих с конкурентами;

взаимосвязи внутри рекреационного кластера ведут к появлению новых путей в конкуренции и создают новые возможности для его развития;

возникают новые комбинации трудовых ресурсов и предпринимательских идей;

рекреационный кластер динамично реагирует на изменения внешней среды (в зависимости от конъюнктуры рынка и других воздействий внешней среды он может расширяться, а при неблагоприятных условиях — сокращаться).

Конфигурация туристского кластера, по С. Нордин, представляет:

комплекс туристских ресурсов, привлекающих некоренных жителей территории;

концентрацию компаний, направленных на удовлетворение туристского спроса: рестораны, сектор размещения, транспортные услуги, ремесла и туристские агентства и т.д.;

сектора и производства, направленные на поддержку туристских услуг;

экологически чистую и дешевую инфраструктуру (дороги, топливо, канализация, медицинское обслуживание);

компании и институты, обеспечивающие необходимую квалификацию кадрам, информационную поддержку и финансовый капитал;

внутренние агентства, организующие и внедряющие кластерную концепцию;

государственные органы, регулирующие и координирующие структуры, влияющие на кластерные образования.

Чтобы кластер состоялся как жизнеспособная, самодостаточная, успешная и эффективная организация, по мнению профессора М. П. Войнаренко необходимо пять условий — «5И»:

инициатива;

инновации;

информация — доступность, открытость, обмен знаниями, создание баз данных и веб — страниц;

интеграция;

интерес.

Под туристским кластером мы предлагаем понимать совокупность предпринимательских структур, органов власти и государственных учреждений, общественных организаций, функционирующих в индустрии туризма и смежных отраслях, совместно использующих туристские ресурсы определенного региона для формирования, продвижения и реализации его туристского продукта с целью удовлетворения рекреационных потребностей и повышения своей конкурентоспособности и конкурентоспособности региональной экономики.

Отличительная черта кластера — целевая предпринимательская деятельность.

12 характерных признаков кластеров:

возможности по исследованию и развитию;

квалификация рабочей силы;

развитие трудового потенциала;

близость поставщиков;

наличие капитала;

доступ к специализированным услугам;

отношения с поставщиками оборудования;

ассоциирующиеся структуры;

интенсивность формирования сетей;

предпринимательская энергия;

инновации и обучение;

коллективное видение и руководство.

7 основных характеристик кластеров:

географическая: построение пространственных кластеров экономической активности от сугубо местных (например, садоводство в Нидерландах) до подлинно глобальных (аэрокосмические кластеры);

горизонтальная: несколько отраслей/секторов могут входить в более крупный кластер (например, система мегакластеров в экономике Нидерландов);

вертикальная: в кластерах могут присутствовать смежные этапы производственного процесса. При этом важно, кто именно из участников сети является инициатором и конечным исполнителем инноваций в рамках кластера;

латеральная: в кластер объединяются разные секторы, которые могут обеспечить экономию за счет эффекта масштаба, что приводит к новым комбинациям (например, мультимедийный кластер);

технологическая: совокупность отраслей, пользующихся одной и той же технологией (например, биотехнологический кластер);

фокусная: кластер фирм, сосредоточенных вокруг одного центра — предприятия, НИИ или учебного заведения;

качественная: существенным является не только то, действительно ли фирмы сотрудничают, но и то, каким образом они это делают. Сеть далеко не всегда автоматически стимулирует развитие инноваций.

Стратегические проекты развития кластера:

оптимизация деятельности и популяризация кластера: проведение -тренингов, бизнесов-семинаров, брифингов, участие в туристических выставках, создание веб-сайта кластера, выпуск рекламных материалов и пресс-релизов, проведение периодических экономических и туристических форумов;

организация эколого-исторических, научно-познавательных и ин-этих туров на основе исследования интересных территориальных центров;

организация перспективных для данной территории видов туризма;

расширение сети предприятий питания разных типов;

организация культурных форм досуга (кино-, песенные фестивали) в пределах кластеров и т.п.;

отладка взаимосвязей между посредническими организациями (торговыми, транспортными, дистрибьюторскими, маркетинговыми фирмами, банковскими и финансово-кредитными учреждениями и т.п.).

Ресурсный потенциал туристического кластера:

материально-техническая база;

контингент специалистов для обеспечения рекреационного процесса;

природно-рекреационный потенциал;

экскурсионные объекты: дома-усадьбы выдающихся людей, замки, архитектурные ансамбли, краеведческие музеи, мемориальные комплексы, культовые сооружения и т.п.;

объекты экологического туризма: территории национальных природных парков, ботанических, ландшафтных, энтомологических и гидрологических заказников, парков, дендропарков и т.п.

Подробнее
dodopizza.ru
Перейти
favicon

Эффективное использование ресурсного потенциала кластера оказывает содействие четкому выделению в его границах рыночного фактора — туристический спрос — туристическое предложение.

Основоположником теории кластеров считается А. Маршалл.

Феномен кластеров впервые был подробно изучен известным ученым Майклом Портером при исследовании условий развития и деятельности 100 наиболее конкурентоспособных группировок крупных, средних и множества малых предприятий, расположенных в различных странах мира. Такие группировки предприятий одной отрасли формируются потому, что одна или несколько крупных фирм, достигая конкурентоспособности на мировом рынке, распространяет свое влияние и деловые связи на ближайшее окружение, постепенно создавая устойчивую сеть из лучших поставщиков и потребителей. В свою очередь, успехи такого окружения оказывают положительное влияние

на дальнейший рост конкурентоспособности всех участников этой группировки компании. Такие образования и есть кластеры.

Для участников кластеров расширяется доступ к информации относительно разных аспектов деятельности, открывается возможность создания компьютерного центра и использования сети Internet для получения информации об имеющихся свободных материальных ресурсах, рынках сбыта, возможностях выхода на зарубежные рынки, налаживанию связей с партнёрами по производству, а также получению информации о конкурентах, как на внутреннем, так и внешнем рынках.

Суть создания кластеров состоит в том, чтобы на основе научно-обоснованных комплексных решений, а также коммерческих механизмов сформировать условия для инновационного развития туризма.

Структура ядра туристического кластера включает множество компаний (туристических операторов), производящих или формирующих туристский продукт в различных его видах.

Главная причина необходимости формирования кластера на любом территориальном уровне состоит в повышении конкурентоспособности на всех иерархических уровнях — страны, региона, города, отрасли, предпринимательской структуры. Следовательно, представляется, что при определении сущности понятия «туристский кластер» необходимо учитывать данное обстоятельство.

Кроме того, следует иметь в виду, что уровень конкурентоспособности в туризме зависит от степени удовлетворённости потребителя — туриста. При этом турпродукт постиндустриальной эпохи представляет собой не просто набор туристских услуг (размещение, транспортировку, экскурсии, питание), а реализацию со стороны потребителя духовных, эмоциональных потребностей, опыта пребывания в необычных условиях путём созерцания непривычной для туриста окружающей среды.

Кроме того, в отличие от производства товара в производственной сфере, процесс формирования туристского продукта представляет собой процесс взаимодействия предпринимательских структур различных отраслей экономики. Поэтому многие учёные определяют туризм как сложный межотраслевой комплекс, включающий в себя — туристские фирмы, транспортные организации, музеи, коллективные и индивидуальнее средства размещения, предприятия ресторанного бизнеса и т.д. Индустрия туризма представляет собой межотраслевой хозяйственный комплекс, специализирующийся на создании турпродукта, способного удовлетворять специфические потребности населения в проведении досуга в путешествии путём производства и реализации товаров и услуг туристического назначения.

В рамках исследования анализа условий, способствующих или препятствующих развитию индустрии туризма, и оценки перспективности развития туризма кластер рассматривается, как «совокупность сконцентрированных по географическому принципу организаций, представляющих тесно связанные между собой отрасли, имеющие отношение к индустрии гостеприимства.

Особое внимание при формировании туристского кластера необходимо уделять взаимосвязям между его элементами. Данная связь основывается не только на экономической выгоде участников, но и ориентирована на создание и реализацию качественных туристских услуг, удовлетворяющих потребности, как туристов, так и территории. Это выражается во взаимосвязи («транспорт — средства размещения — питание») как основных услуг кластера, так и во взаимосвязях («государственное управление — коммерческие организации — научно-образовательные учреждения»).

Идентификация туристского кластера (ресурсы, структура, границы, вид) необходима в процессе его формирования, развития и дальнейшего совершенствования. Эффективная работа всех элементов туристского кластера поможет не только значительно пополнить бюджеты территорий, но и образовать новую сферу занятости населения, стимулировать вовлечение в оборот дополнительных капиталов.

Кроме того, функционирование кластера позволит сохранить культурно-исторические памятники, природные парки и заповедники, оздоровить экологическую обстановку, развить сферу услуг, совершенствовать инфраструктуру территорий.

Ключевыми признаками, позволяющими судить о наличии туристского кластера на исследуемой территории, являются:

территориальная локализация фирм рекреационной направленности;

наличие уникальных туристских ресурсов;

присутствие на территории туристских организаций, реализующих конкурентоспособные туристские продукты;

существование инфраструктуры, достаточной для организации туристской деятельности;

наличие устойчивых экономических связей между организациями, ориентированными на удовлетворение общественных потребностей в рекреации;

способность региональных турфирм территории привлекать туристов, отличающихся высокой требовательностью к качеству и составу туристских услуг;

наличие государственных и общественных институтов поддержки туристской деятельности в регионе.

Признаки необходимы для доказательства наличия кластера на территории региона (муниципального образования) и могут быть использованы в ходе исследования состояния кластера.

Для российских туристских кластеров характерно неравномерное развитие структуры и каркаса кластера. Это в свою очередь приводит к появлению «узких мест», которые значительно осложняют работу туроператоров и тормозят развитие всего кластера. Наиболее часто «узкими» местами российских кластеров становятся: гостиничный сектор (нехватка номеров в периоды высокого спроса), транспортные предприятия (дефицит билетов) и транспортная инфраструктура (пропускная возможность вокзалов и терминалов; транспортная доступность населённых пунктов, входящих в кластер). Теоретические основы формирования туристского кластера — NovaInfo 62

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. По материалам периодической печати и сети Интернет проанализировать кластерные технологии и кластерную модель. Развития регионов.
2. Какие новые кластеры могут быть сформированы.
3. Какие вы видите основные проблемы регионально-географической кластеризации регионов России.

1. Учебная дисциплина. Технологии проектного управления в туризме

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. Стейкхолдеры туристских проектов /Тема 2.1. Первичные и вторичные стейкхолдеры

3. Цели занятия.

− формирование целостного представления о кластеризации территориальных образований в индустрии туризма России;

− получение студентами знаний в области регионально-географической кластеризации регионов России с целью эффективного использования туристских ресурсов..

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Кластеризации территориальных	Вводная лекция

	образований в индустрии туризма России	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Первичные стейкхолдеры туристских проектов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Вторичные стейкхолдеры туристских проектов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Первичные и вторичные стейкхолдеры

Текст лекции.

Стейкхолдеры — это люди или группы, которые влияют на проект или на компанию в целом. Стейкхолдерами могут быть клиенты, сотрудники, акционеры, поставщики и другие заинтересованные лица. Отношениями со стейкхолдерами важно управлять. Это помогает избежать проблем, адаптироваться к изменениям и достичь успеха.

В современных условиях туризм имеет четкие характеристики и множество определений в понятийном смысле. Испытывая прямое влияние экономики, туризм, в отличие от путешествий, характеризуется двойственностью внутренней природы, так как является не только массовым и особым видом отдыха, но и деятельностью по организации и осуществлению путешествий. Во многих странах туризм развивается быстрыми темпами, является ведущей отраслью страны и имеет важное социально-экономическое значение, т.к. ведет к увеличению валютных поступлений, созданию новых рабочих мест, развитию социальной и производственной инфраструктуры в регионах, интегрированию во все отрасли, связанные с производством туристских услуг и обеспечению роста уровня жизни местного населения. В России, в соответствии с Федеральным законом «Об основах туристкой деятельности в Российской Федерации» от 24.10.1996г., определены основные принципы политики государства в данном секторе экономики: - обеспечение гражданского права на отдых и свободное передвижение; - регулирование отношений, которые возникают в процессе реализации данного права; -установление законодательных основ, нацеленных на организацию единого туристского рынка; - рациональное использование туристских ресурсов. В этой связи федеральным законом сформулировано следующее определение понятия «туризм». Туризм – временные выезды (путешествии) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания. [1] Вследствие того, что туризм основан на использовании местных туристских ресурсов, приносящих региону или государству доход, важнейшей задачей является предоставление качественных услуг туристам, а также качественное развитие самой туристкой индустрии. Туристская индустрия - это совокупность средств размещения, транспортных средств, объектов питания,

мест развлекательного, познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения; организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков. [1]. Располагая материально-технической базой, туристская индустрия способствует обеспечение занятости большого количества людей и связана со всеми секторами национальной экономики. Туризм, в зависимости от обслуживания категорий населения и составляющих его услуг, подразделяется на внутренний и международный. Внутренний туризм – представляет собой временный выезд граждан в пределах национальных границ своей страны для отдыха, удовлетворения потребностей развлекательного характера, занятий спортом, получения познавательной информации, и иных туристских целях. Международный туризм – это целенаправленная и организованная деятельность предприятий туристской сферы, основанная на предоставлении туристского продукта и туристских услуг иностранным туристам на территории Российской Федерации (въездной туризм), а также предоставлением таких продуктов и услуг за рубежом (выездной туризм). Потенциал России для развития внутреннего и въездного туризма трудно переоценить. Богатое природное и культурно-историческое наследие страны предполагает возможность предоставления разнообразных видов туризма: рекреационный туризм (являющий своей целью отдых и развлечения), лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный (в состав которого входят религиозный, паломнический), деловой, образовательный, экстремальный, спортивный, экологический, сельский, научный и др. Вместе с тем, следует отметить, что туристский потенциал нашей страны используется далеко не в полной мере. Сдерживающими факторами развития как внутреннего, так и въездного туризма, является неразвитая инфраструктура, отсутствие благоприятного инвестиционного климата, низкое качество предоставления туристских услуг, отсутствие имиджевого позиционирования Российской Федерации как туристской державы на международном рынке, что оказывает негативное влияние на рейтинговые показатели страны. По результатам исследований, представленных на Всемирном экономическом форуме (ВЭФ), Россия в 2009 году заняла 59 место среди 133 стран по конкурентоспособности туристского сектора экономики, по качеству дорог - 104, по числу мест в гостиницах - 85, а по ценовой доступности размещения в них - 115, по открытости для туризма - 108, по эффективности маркетинговой деятельности в туризме - 122, по отношению местного населения к иностранцам - 131. [4] На плечи участников рынка в сфере туризма ложится нелегкий труд: необходимо возрождение внутреннего туризма и его социальной составляющей, вложение значительных финансовых средств в создание новых мест отдыха и реставрацию существующих, укрепление и расширение материальной базы туризма. Надо понимать, что одни только уникальность природных ресурсов и культурное наследие не могут быть единственным и достаточным условием для обеспечения успешного развития туризма в стране, так как представляют собой лишь один из элементов туристско-рекреационного потенциала. В современной глобальной экономике состояние туризма во многом на прямую зависит от развития наиболее конкурентоспособных туристских консолидаций, основанных на использовании не только культурноисторических и природных ресурсов, но и соответствующей инфраструктуры, профессиональных кадров, образовательных и научнопроизводственных учреждений, широкой сферы развлечений и т.п.. Характерным для туристской отрасли в России сегодня является возрастание количества выезжающих заграницу, при одновременном существовании значительных проблем, касающихся внутреннего туризма. Государство находится в поисках адаптивных стратегических решений, позволяющих изменить подобную неблагоприятную ситуацию в отрасли. Одним из таких решений является повышение конкурентоспособности уже существующих туристских регионов и развитие новых. Анализ мировой хозяйственной практики показывает, что наиболее экономически эффективным, конкурентоспособным и перспективным направлением развития территорий является использование кластерного подхода, который в последние годы стал главным инструментом, служащим для разработки экономических стратегий в странах с высоким уровнем конкурентоспособности предлагаемых услуг. Термин «кластер»

заимствован из английского языка, буквально означает «расти вместе». Интерес к кластерам как эффективному инструменту повышения конкурентоспособности появился в последней четверти XX века. Основоположником кластерного подхода к определению и повышению региональной конкурентоспособности является профессор Гарвардской школы бизнеса Майкл Портер. По Портеру, кластер - это группа географически локализованных взаимосвязанных компаний - поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг, инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, вузов и других организаций, дополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом.[3] Главным выводом, сделанным Портер, являлось следующее: чем больше развиты кластеры в отдельной стране, тем выше в этой стране уровень жизни населения и конкурентоспособность компаний. В последнее время и в России все большее внимание в региональном развитии уделяется подходу, основанному на кластерах. Принципы организации и формирования кластеров изложены в Концепции кластерной политики в РФ, принятой Правительством в 2008 г. Вследствие чего, применение кластерного подхода в стратегии социально-экономического развития ряда регионов Российской Федерации заняло одно из передовых мест. Реализация политики, основанной на кластерном подходе, способствует повышению конкурентоспособности через реализацию эффективного взаимодействия участников кластера, базирующемся на близком географическом расположении, широком доступе к информации, инновациям, ноу-хау», высококвалифицированным кадрам, специализированным услугам, при одновременном снижении трансакционных издержек. Становление и развитие кластеров в современной экономике ведет к привлечению прямых зарубежных инвестиций и активной внешнеэкономической интеграции. Вхождение в глобальные цепочки создания добавочной стоимости при помощи кластеров способствует существенному увеличению уровня технологической базы, качеству и скорости экономического роста. К числу признаков, характерных кластеров относят: - наличие у субъектов кластера конкурентных преимуществ для его развития, к которым относятся, в том числе: выгодное географическое положение, формирование необходимой инфраструктуры, наличие поставщиков комплектующих и связанных услуг, доступ к сырью, высокоспециализированным кадровым ресурсам, наличие исследовательских организаций и профильных учебных заведений; - сильные конкурентные позиции на региональных и международных рынках; - высокий потенциал участников кластера для организации и увеличения экспорта; - наличие координации в коллективной деятельности по продвижению на внутренних и внешних рынках товаров и услуг; - эффективность взаимодействия между субъектами кластера, вследствие использования различных механизмов, таких как субконтрактация, партнерские отношения, устанавливаемые с образовательными учреждениями и исследовательскими организациями; - множественность субъектов, задействованных в выгодном для всех участников сотрудничестве, провоцирует возникновение синергетического эффекта взаимодействия. Вектор развития российской туриндустрии определен в концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 годы), принятой Правительством Российской Федерации. Суть концепции находит отражение в использовании кластерного подхода в развитии туризма, т.о. сосредоточения в рамках ограниченной территории организационных и финансовых усилий, направленных на создание оптимальных условий для развития туристской инфраструктуры и сферы сопутствующих услуг. Подчеркивая то, что ключевые туристско-рекреационные ресурсы являются базой для формирования туристского кластера в регионе, необходимо понимать, что на ряду с предприятиями, задействованными в производстве и реализации туристских услуг, участниками кластера также становятся местные администрации, представители общественности, профессиональные объединения, образовательные учреждения, научноисследовательские институты и т.д. При этом туристский кластер может формироваться не только на региональном уровне, но и на более локальном (муниципальном) уровне. В тоже время имеются примеры туристских кластеров, являющихся

межрегиональными. Одной из явных особенностей кластера считается способность быстро реагировать на различные изменения рыночных условий и адаптироваться к ним, что составляет явное преимущество для рыночного хозяйства. Это отражается в наличии широких возможностей для развития инновационной деятельности. Необходимость стратегического подхода в сфере туризма обусловлена постановкой таких задач, как организация рационального потребления, проведение мероприятий по восстановлению и сохранению историкокультурного наследия, выявление направлений, приоритетных для данной региональной экономики и т.п. Стратегическая адаптивность кластера достигается наличием среды, позволяющей создавать особые условия для поиска конструктивных инновационных решений с их последующим незамедлительным внедрением в экономический оборот. Субъектами туристского кластера в регионе являются: туроператоры, турагенты, транспортные организации объекты общественного питания и гостиничного хозяйства, различные типы специализированных организаций, общественных объединений, информационных структур, предприятий, оказывающие юридические, консалтинговые услуги, образовательные и научные учреждения. Туристский сектор экономики, базирующийся на кластерной организации, обладает явственными преимуществами. Органы власти при таком походе располагают действенным инструментарием по организации эффективного взаимодействия с бизнесом, в результате которого происходит более глубокое понимание показателей, характеризующих его состояние, а, соответственно, и тактических задач, необходимых для его успешного развития. Следствием этого является стратегическое планирование, основанное на реальном, целенаправленном и мотивированном использовании региональных ресурсов. Благодаря тесным партнерским связям субъекты кластера извлекают более значительные выгоды за аналогичный промежуток времени. Предприниматели получают возможность систематизировать возникающие проблемы, выбирать пути, позволяющие преодолевать их с наименьшими потерями. Тандем региональной власти и бизнес-сообщества, характерный для кластера, посредством его авторитета и влияния способствует более действенному продвижению через федеральные структуры избранных инициатив, отражаемых в подготовке законопроектов, прохождению на федеральном уровне необходимых отраслевых и региональных преобразований. Модель туристского кластера, обеспечивая устойчивость социальноэкономического развития региона, способна учитывать интересы всех участников-активистов. Формирование, также как и развитие, кластеров в туристской отрасли сопровождается следующими основными проблемами: - отсутствие соответствующей инфраструктуры, а для некоторых регионов РФ и вовсе транспортной доступности; - скудность познаний кадрового персонала, способного оценивать выгоды и конкурентные преимущества при такой форме кооперации; - слабая восприимчивость руководящего состава к внедрению преобразований и инноваций; - отсутствие в туристской деятельности практики, основанной на стратегическом планировании в рамках государственно-частного партнерства; -длительность периода становления туристского кластера (не менее 3-х лет). В рамках существенного упрощения процедуры организации кластеров на территориях всех уровней (как региональном, локальном, так и стартовом) необходимо проработать и внедрить для таких образований нормативнозаконодательную базу. В настоящее время в Санкт-Петербурге - одном из крупнейших культурно-исторических центров, располагающем ярко выраженным туристским потенциалом, проводятся мероприятия, направленные на активное применение кластерной политики в региональном развитии. Целью кластерной политики является создание многопрофильного кластерного образования на территории Санкт-Петербурга для повышения его конкурентоспособности и уровня социально-экономического развития. Для чего планируется в полной мере использовать отраслевой, инновационный, финансовый, технологический, человеческий и административный ресурсы, учитывая интересы всех задействованных участников кластера. Для Санкт-Петербурга благоприятна конъюнктура, существующая на мировом туристском рынке. Свидетельство этого – увеличение международного спроса на нашу страну в целом, повышение инвестиционной привлекательности туристской инфраструктуры, рост доли

предпочтений, отданных культурно – познавательному и деловому туризму. Туристские ресурсы Санкт-Петербурга обладают значительными конкурентными преимуществами, что позволяет находится на лидирующих позициях в глобальном туристском рынке и предлагать разнообразные виды туризма, такие как культурно-познавательный, деловой, конгрессновыставочный, водный, спортивный, научный, оздоровительный. В настоящее время развитие города в качестве туристического центра является стратегическим направлением для Правительства СанктПетербурга, включающим в себя следующие аспекты: - содействие развитию туризма как отрасли, играющей важную роль в проведении структурных преобразований в экономике города; - содействие в решении задачи увеличение валового регионального продукта не менее чем в 1,5 раза за счет средств, полученных от туристской деятельности; - приближение Санкт-Петербурга к ведущим лидерам среди международных центров туризма, прогнозируя при этом увеличение количества туристов до 10 млн. человек в год (крупный город приравнивается к мировому центру туризма, если годовой туристский поток превышает не менее чем в 2 раза численность местного населения). Для достижения поставленных целей необходимо разработать и провести комплекс мероприятий, основанных на активном использовании преимуществ кластерного подхода. Необходимо отметить, что туризм определил конкретные законы своего экономического и социального развития на законодательном уровне, как в национальных границах государств, так и в системе всемирных туристских связей. Процесс формирования индустрии туризма и ее устойчивого развития, как одной из важнейших отраслей в региональной экономике, в настоящее время невозможен только лишь с использованием существующих рыночных механизмов, без действий, исходящих от государства, и оказывающих реальную поддержку. Именно государству здесь отводится роль катализатора государственно-частного партнерства, включающего представителей власти, туристского бизнес-сектора, общественности и науки, чьи усилия должны объединиться в активном и коллективном участии по нахождению эффективного экономического рычага, способствующего качественному улучшению жизни, за счет внедрения социально-значимых программ и инновационных проектов на региональном уровне. В этой связи, кластерная политика является ключевым инструментом при решении задач, необходимых для качественного развития туристкой отрасли в регионах, инновационного потенциала и уровня экономического развития страны в целом. Использование кластерного подхода для становления и развития туризма в регионе (ifmo.ru)

Политика становления и развития регионального туризма - одна из составляющих региональной политики государства. Последняя направлена на сохранение единства страны, недопущение ее распада на суверенные территории. Для выполнения этой задачи необходим ряд мер по реформированию экономики различных отраслей, и в частности экономики туристского бизнеса, повышению его эффективности.

В последние десятилетия во многих государствах наблюдается регионализация экономических и социальных процессов. Функции регулирования этих процессов все в большей мере переходят от центральных органов государственной власти к региональным. Поэтому роль региональных рычагов усиливается, а сфера их использования расширяется.

Реализация туристского бизнеса как сферы хозяйственной деятельности в условиях отдельно взятого региона может быть осуществлена при наличии основных составляющих: капитала, технологии, кадров, туристских ресурсов.

Политика развития регионального туризма реализуется в целом на всей территории России, но наиболее детально - на уровне отдельных субъектов Федерации (регионов). Ее целью является преодоление в регионе социально-экономических противоречий между развитием экономики и туризма.

Предлагаемые в туризме услуги, как правило, разделены регионально и по времени. Несоответствие по времени и месту акта купли и продажи и предоставления услуг создает большие организационные сложности в деятельности туристского бизнеса.

Туристский сектор весьма чувствителен к изменениям, происходящим в экономике, так как соотношение темпов инфляции и роста доходов населения определяет величину совокупного спроса на туристский продукт.

Туристская политика в регионах представляет собой комплекс форм, методов и направлений воздействия государства на функционирование сферы туризма для достижения конкретных целей сохранения и развития народнохозяйственного комплекса.

Реализация туристской политики государства должна преследовать следующие цели:

разработку концепций развития регионального туризма;

составление целевых программ по развитию туризма как на уровне Федерации в целом, так и на уровне отдельного субъекта Федерации;

разработку конкурентных мер для достижения поставленной цели;

государственное регулирование региональной и республиканской туристской деятельности.

Задачами же государственных структур являются:

разработка программ развития туризма;

установление правил землепользования и охраны рекреационных угодий;

принятие правил туристского обслуживания и контроль за качеством туристских объектов;

предоставление льгот дл стимулирования частных инвестиций в социальный туризм;

помощь в рекламе туризма, организация ярмарок, фестивалей, спортивных и зрелищных шоу и других мероприятий;

организация системы туристского образования и профессиональной подготовки лиц, желающих работать в сфере туризма.

Последнее, представляется крайне важным, так как развивать отрасль без специалистов практически невозможно.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Влияние стейкхолдеров на туристский проект.
2. Первичные стейкхолдеры (собственники, клиенты, сотрудники, бизнес-партнеры, контрагенты).
3. Вторичные стейкхолдеры (властные структуры, средства массовой информации, местные сообщества).

1. Учебная дисциплина. Технологии проектного управления в туризме

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. СТЕЙКХОЛДЕРЫ ТУРИСТСКИХ ПРОЕКТОВ /Тема 2.2. Управление коммуникациями в туристских проектах

3. Цели занятия.

− сформировать знания о методах и приемах анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− освоить механизмы формирования кластеров в экономике и в индустрии туризма в частности;

− сформировать умения использования основных методов и приемов анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− приобрести профессиональные умения по обеспечению выполнение основных функций управления подразделениями организаций туристской индустрии.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Роль коммуникаций в туризме. Маркетинговые коммуникации.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Общественное мнение, связи с общественностью.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Свойства, аспекты и функции коммуникаций.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. *Управление коммуникациями в туристских проектах*

Текст лекции.

Основные характеристики кластера (структура, геофафиче- ские границы, тип географического каркаса) могут быть использованы в ходе идентификации кластера и проведения анализа его состояния (выявление конкурентных преимуществ и проблем, негативных факторов, препятствующих развитию кластера; анализ текущего положения кластера по сравнению с предыдущим периодом или с кластерами-конкурентами).

Географически кластер может иметь «ленточный», «звездочный» или «рассредоточенный» каркас, который во многом зависит от состояния транспортной инфраструктуры, специфики туристских ресурсов, наличия в кластере равнозначных городов (курортов), исторических и географических условий развития региона (страны)[1].

Как правило, туристские кластеры, специализирующиеся на оздоровительном пляжном туризме, имеют «ленточный» географический каркас, при котором каждый курорт (город) является одновременно и центром прибытия туристов в кластер, и эти курорты сосредоточены на побережье моря или океана.

«Звездочный» каркас характеризуется наличием ярко выраженного «центра туристских потоков», через который туристы попадают в кластер. Такие кластеры существуют по системе «центр - периферия». Через «центр» идут основные транспортные и туристские потоки, которые потом попадают на периферию кластера.

Для России характерен именно такой, «звездочный», каркас туристских кластеров (Санкт-Петербург и северные и северо- западные города; Москва н города и местности Подмосковья, центральных районов России; Барнаул - курорты и города Алтая и т.д.), что во многом объясняется неразвитостью транспортной инфраструктуры.

«Центром» Северо-Западного кластера России является Санкт-Петербург, а «опорными пунктами» - пригороды Санкт- Петербурга (Гатчина, Кронштадт, Петродворец, Пушкин (Царское Село), Павловск, Петрокрепость), Выборг, Псков, Новгород, Старая Русса, Чудово, Валдай, Изборск и т.д. Кроме того, через Санкт-Петербург туристы попадают в другие кластеры - Карельский и Северный.

Москва является ядром Центрального кластера, через который туристы попадают на маршрут «Золотое кольцо» (Владимир, Суздаль, Александров, Муром, Кострома, Тверь, Ростов, Ярославль, Переславль-Залесский, Углич, Сергиев Посад) и в другие города данного кластера (Тула, Рязань, Нижний Новгород, Смоленск, Тверь, Вышний Волочек и т.д.).

По принципу «центр - периферия» построены туристские кластеры Австрии, Венгрии, Чехии, Греции, Франции и т.д. Хотя, в отличие от России, эти страны имеют развитую транспортную инфраструктуру, исторически сложилось так, что в их столицах («центрах») сконцентрированы основные объекты, представляющие интерес для туристов, поэтому большинство маршрутов проходит, соответственно, через Вену, Будапешт, Прагу, Афины и Париж.

Необходимо отметить, что чем больше «звездочный» кластер имеет «опорных пунктов», соединенных между собой транспортной сетью, тем более гибким он является. То есть у туристских фирм появляется больше возможностей для формирования новых турпродуктов, маршрутов и пространства для маневрирования при возникновении каких-либо проблем.

Для «звездочного» туристского кластера также важно не допускать деформации географического каркаса, когда происходит развитие только «центра» кластера, а периферия не вовлекается в туристские маршруты. С другой стороны, часто «центр» становится узким местом кластера, тормозящим его развитие. Это может происходить по причине нехватки гостиничных мест, их дороговизны, несоответствия транспортной инфраструктуры (аэропортов, причалов) международным стандартам.

«Рассредоточенный» каркас имеют кластеры Германии, США, Китая н т.д. Для этого каркаса характерно наличие равнозначных городов и курортов, представляющих интерес для туристов и имеющих развитую транспортную инфраструктуру, поэтому туроператоры имеют возможность осуществлять заезд туристов через любую территорию кластера. Такие кластеры специализируются на разных видах туризма.

По масштабу, так же как и дестинации, кластеры могут быть различных размеров. Исследователи[2] по территориальному признаку выделяют несколько видов кластеров, которые сейчас сформировались в мире:

- • трансграничные (межстрановые);
- • региональные;
- • локальные.

Кул ьтурно-развлекательн ы й, і юзнавательны й, автобусный, железнодорожный и круизный туризм способствует формированию трансграничных кластеров, т.е. таких кластеров, которые выходят за пределы административных границ какой-либо страны.

Трансграничный кластер на границе США и Канады образовался на берегах озер Эри, Гурон и Мичиган, реки Огайо, а также на территориях, прилегающих к ним. Североевропейский туристский кластер объединяет Швецию, Норвегию, Финляндию, Данию, Нидерланды. Сейчас в него активно интегрируется Санкт- Петербург, Ленинградская область, Карелия, Калининградская область и другие северо-западные территории России. Западноевропейский межстрановой кластер включает в себя территории Германии, Австрии, Швейцарии, Лихтенштейна; южноевропейский - Испании, Португалии, Андорры. Связующим звеном между этими кластерами является Франция, которую можно включать в состав и того, и другого кластера. Происходит интеграция туристских кластеров Украины, Болгарии, Венгрии, Хорватии, Румынии; Польши, Чехии и Германии; южных штатов США и Мексики; южных районов Китая, Вьетнама и Таиланда.

Существует несколько факторов, которые способствуют формированию трансграничных кластеров:

- • территориальная близость туристских кластеров разных стран;
- • отсутствие административных и визовых барьеров;
- • налаженные международные отношения между странами;
- • близкая языковая среда, общность истории развития территории;
- • общая транспортная инфраструктура, объединяющие водные системы;
- • хорошее состояние финансовой, экономической, политической, природной среды и систем безопасности.

Региональные кластеры формируются в пределах одного государства и могут объединять туристские предприятия, реализующие единый туристский продукт. Например, кластер «Золотое кольцо России» объединяет предприятия Московской, Ярославской, Костромской, Ивановской и Владимирской областей.

Локальные кластеры формируются в пределах одного региона и имеют достаточно небольшую, четко очерченную площадь. Они являются основными объектами управления. В российском законодательстве и Федеральной целевой программе развития внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 гг.) речь идет именно о них. В России сейчас формируется множество туристских рекреационных кластеров, например кластеры, получившие государственную поддержку в рамках ФЦП в 2011 и 2012 гг.

Для обсуждения: Какова современная ситуация????

Кроме того, кластеры могут различаться по специализации на том или ином виде туристской деятельности. Специализация определяется туристским продуктом, формируемым предприятиями на этой территории, который, в свою очередь, зависит от рекреационных ресурсов территории и особенно от инфраструктуры.

Исследователи выделяют множество таких видов кластеров:

- • исторический (познавательный);
- • экологический;
- • лечебный;
- • оздоровительный пляжный;
- • горнолыжный;
- • сельский;
- • деловой;
- • религиозный;
- • круизный и др.

Но законодательно пока определен только один вид кластеров по специализации - автотуристский кластер. В Федеральной целевой программе развития въездного и внутреннего туризма он определяется следующим образом: «Автотуристские кластеры объединяют предприятия и организации, предоставляющие туристские и сопутствующие услуги, взаимно

дополняющие друг друга и обеспечивающие цивилизованные условия для автотуристов. Автотуристские кластеры включают в себя придорожные гостиницы (мотели), кемпинги, парковки для легкового и пассажирского автотранспорта, кафе и рестораны, автосервисы, магазины придорожной торговли, автозаправочные комплексы и др. Элементы сети автотуристских кластеров планируется располагать на наиболее загруженных федеральных автодорогах н в местах, приближенных к центрам притяжения туристов историко-культурным центрам, природным заповедникам и другим туристско-ориентированным местам и объектам показа».

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Роль коммуникаций в туризме.
2. Маркетинговые коммуникации.
3. Общественное мнение, связи с общественностью.
4. Свойства, аспекты и функции коммуникаций.

1. Учебная дисциплина. Технологии проектного управления в туризме

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМИ ПОДСИСТЕМАМИ ТУРИСТСКОГО ПРОЕКТА Тема 3.1. Управление стоимостью и рисками проекта

3. Цели занятия.

- сформировать знания об особенностях управления стоимостью проекта
  сформировать знания о рисках в проектах, их видах и методах их предотвращения

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие институциональных подсистем в туристских проектах	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Управление стоимостью проекта	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Управление рисками проекта. Риск-менеджмент	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 3.1. ***Управление стоимостью и рисками проекта***

Текст лекции.

Одним из первых вопросов, которые задаст инвестор инициатору проекта, будет: «Сколько это стоит?» Ответ необходим для принятия адекватного решения о запуске проекта. И очень важно найти этот ответ. Если быть абсолютно честными, точный ответ получают только после окончания проекта. Все остальное время известны лишь предположения о стоимости будущего проекта.

Предположения о стоимости проекта и необходимых средствах для его реализации должны быть представлены в виде четкого структурированного документа, отвечающего на вопросы: сколько, когда и на что будут израсходованы денежные средства в ходе выполнения проекта.

В дальнейшем менеджеру проекта придется приложить немало сил, чтобы его предположения сбылись и проект был выполнен в рамках утвержденного бюджета.

Перечисленные действия менеджера и команды проекта и составляют содержание управления стоимостью проекта.

правление стоимостью обеспечивается посредством реализации в ходе проекта следующих процессов:

оценки стоимости;

разработки бюджета проекта;

контроля стоимости проекта.

Процессы управления стоимостью проекта обеспечивают:

понимание менеджером проекта, заказчиком и инвестором проекта прогнозной стоимости отдельных работ, пакетов работ и всего проекта (процесс оценки стоимости);

четкое понимание менеджером проекта, когда, сколько и на что будут израсходованы денежные средства в проекте (процесс разработки бюджета);

отсутствие в проекте непредвиденных расходов, снижение количества изменений и отклонений фактического бюджета от утвержденного базового бюджета (процесс контроля стоимости).

При этом указанные процессы, как и любые процессы в ходе выполнения проекта, могут быть итеративными и выполняться на принципах последовательной разработки.

Основные задачи менеджера проекта при управлении стоимостью:

определение общих правил и принципов управления стоимостью проекта;

разработка системы управления стоимостью проекта;

привлечение соответствующих функциональных специалистов к работам по оценке стоимости;

оценка количества ресурсов, необходимых для реализации работ проекта;

организация разработки сметы и бюджета проекта;

обеспечение финансирования проекта согласно финансовому плану;

учет фактических затрат в ходе проекта;

контроль стоимостных параметров проекта, выявление отклонений и своевременное выполнение корректирующих воздействий;

архивирование фактической информации о стоимостных параметрах проекта.

Управление стоимостью (затратами) проекта (Project Cost Management) *объединяет процессы, выполняемые в ходе планирования, разработки бюджета и контролирования затрат, обеспечивающие завершение проекта в рамках утвержденного бюджета. PMBOK*

Управление стоимостью и финансированием проекта (Project Cost and Finance Management) — раздел управления проектами, включающий процессы, необходимые для формирования и контроля выполнения утвержденного бюджета проекта. НТК

Важной особенностью процессов управления стоимостью проекта является их очень тесная связь с иными процессами планирования. В частности, сложно предположить, что удастся разработать корректный бюджет, не имея информации о необходимых ресурсах и без календарного плана.

Информация о рисках проекта также может значительно повлиять как на величину, так и на структуру проекта.

Одним из первых шагов, выполняемых менеджером проекта в ходе управления стоимостью проекта, является разработка концепции управления стоимостью. Эта концепция должна содержать общие правила организации управления затратами проекта, принципы учета и документирования, рекомендуемые методики и технологии.

Разработка концепции управления стоимостью и финансированием проекта:

выработка стратегии управления стоимостью и финансами проекта (определение целей и задач, критериев успеха и неудач, ограничений и допущений);

проведение экономического анализа и обоснования проекта (маркетинг, оценка стоимости и источников финансирования, прогноз выполнения);

общая экономическая оценка проекта;

разработка укрупненного графика финансирования;

определение требований к системе управления стоимостью и финансированием в проекте;

утверждение концепции.

Все затраты в проекте могут быть подразделены на три вида:

обязательства;

бюджетные затраты;

фактические затраты.

Обязательства — это плановые, будущие затраты, которые возникают при заключении договоров, контрактов, заказе каких-либо товаров или услуг. Обычно это происходит заранее согласно плану проекта. Счета, выставляемые поставщиками, подлежат обязательной оплате. Однако оплата может производиться по различным правилам в различные моменты времени:

в момент готовности материалов и комплектующих;

после поставки товаров и услуг;

на условиях полной или частичной предоплаты;

согласно политике организации, закупающей или предоставляющей товары и услуги.

В зависимости от того, как организован учет в организации, можно раньше или позже произвести документальное уменьшение бюджета на сумму обязательств. В некоторых организациях данные затраты не учитываются до момента получения счета или его оплаты. В таком случае текущее состояние бюджета проекта доступно менеджеру в искаженном виде и не дает полноценной картины для принятия решений.

Бюджетные затраты представляют собой сметную стоимость работ, распределенную во времени. Это график расходов проекта. Иногда его называют планом затрат. Он содержит информацию о величине и сроках планируемых расходов проекта при производстве работ.

Фактические затраты показывают реальный отток денежной наличности в проекте. Отчет о фактических затратах содержит информацию о реальных расходах проекта. При этом они могут произойти:

во время выполнения работ проекта;

в момент выплаты денежных средств;

в момент списания денежных средств со счета.

Особенности учета обязательств, бюджетных и фактических затрат могут значительно изменить картину, по которой определяется финансовое состояние проекта.

Примеры

В ходе проекта строительства установки осушки попутного газа на нефтяном месторождении были заказаны толстостенные котлы на заводе-изготовителе. Бюджет проекта уменьшен на сумму 4 500 000 руб. в связи с тем, что после заключения договора и заказа котлов возникли обязательства на данную сумму. Срок изготовления котлов семь месяцев, однако данные затраты уже учтены в бюджете проекта.

Другой пример. В договоре поставки оборудования для проекта прокладки волоконно-оптической линии в интересах компании — оператора сотовой связи была предусмотрена оплата поставленного маршрутизатора в течение 30 дней после подписания актов приемки. Согласно правилам учета компании-заказчика эти затраты будут учтены в бюджете только по факту реальной оплаты.

Таким образом, сложилась ситуация, когда работы уже выполнены, оборудование на складе заказчика, а затраты по ним еще не учтены в фактическом бюджете.

Для повышения эффективности системы управления затратами проекта в концепции управления стоимостью и финансированием проекта желательно четко определить:

политику оплаты работ (предоплата, оплата по факту и др.);

политику оплаты счетов (в день получения, в течение определенного срока и др.);

принципы списания затрат на рабочую силу, материалы и комплектующие;

принципы учета затрат в проекте;

принципы оплаты работ при привлечении субподрядных организаций;

взаимосвязь графика выполнения работ и списания затрат на рабочую силу и оплату механизмов.

Практика управления проектами

На практике обычно основные концептуальные вопросы управления стоимостью проекта определяются родительской организацией, реализующей проект.

В случае создания специализированной компании или консорциума для реализации проекта правила и принципы, определяемые для проекта, чаще всего становятся внутренними правилами данной организации и наоборот.

Оценка стоимости работ

Оценка стоимости — процесс определения всех затрат, необходимых для успешной и полной реализации проекта.

Оценка стоимости — итеративный процесс получения примерных данных о стоимости работ и ресурсов. Оценки могут уточняться по ходу проекта. Допустимая погрешность оценок зависит от назначения получаемых данных и от фазы проекта.

Таким образом, любая оценка стоимости в проекте приблизительная. Но все же приблизительно — это от слова «близко». По ходу проекта оценки должны уточняться и становиться более реальными.

Пример

Сообщение руководителя ИТ-департамента о стоимости внедрения системы SAP R3 в компании на этапе анализа целесообразности подобного проекта вполне может выглядеть как «3-4 миллиона рублей».

В дальнейшем эта оценка должна стать значительно более точной.

Типы оценок стоимости

В проектном менеджменте можно выделить четыре типа оценок:

грубый порядок величины — стоимостные ожидания проекта, находящегося на фазе замысла или идеи;

порядок величины — предположения стоимости проекта, рассчитанные в бизнес-плане или аналогичном документе;

бюджетная оценка — оценка стоимости проекта, полученная на основе данных, предоставленных поставщиками и исполнителями работ;

точная — оценка стоимости, включаемая в бюджет при определении окончательной плановой стоимости проекта перед переходом к фазе реализации.

Диапазоны погрешности оценок

Любопытно, что даже точная оценка, которая, собственно, и используется при ценообразовании и окончательной корректировке бюджета, имеет погрешность (см. рис. 1).

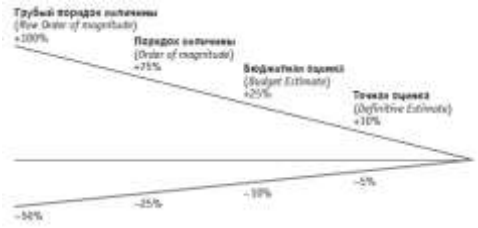


Рисунок 1. Диапазоны точности оценок стоимости

В качестве исходных данных для оценки стоимости менеджеру проекта необходима информация о содержании проекта. На первоначальных этапах это будет Устав или ИСР проекта, а на последующих потребуется его подробный календарный план. Все зависит от номера итерации по оценке стоимости. Чтобы получить оценку грубого порядка величины стоимости проекта, иногда достаточно лишь идеи и замысла проекта. Для более точных оценок требуется более точная информация.

Составляющие оценки стоимости

В оценке стоимости работ должны быть учтены все статьи затрат на выполнение работы:

материалы и комплектующие;

закупаемое оборудование, транспорт;

арендные платежи (площади, оборудование, транспорт);

затраты на лизинг (покупка, взятие в аренду, лизинг);

производственные мощности;

стоимость труда персонала;

затраты на расходные материалы;

затраты на обучение и стажировки;
затраты на проведение мероприятий (конференции, семинары);
командировочные расходы;
затраты на логистику;
представительские расходы.

Подобную содержательную работу менеджер проекта может выполнить лишь с привлечением квалифицированного сметчика или при наличии активного содействия со стороны функциональных специалистов, которые будут выполнять соответствующие работы.

Методы, которые будут использованы при стоимостной оценке, зависят от конкретного проекта, квалификации экспертов и других факторов. Например, для получения качественного результата оценки стоимости методом «снизу вверх» необходимо иметь достаточно детально проработанную иерархическую структуру работ. Качественно проработанная ИСР не будет лишней при использовании и других методов оценки. В случае отсутствия подробной иерархической структуры работ, возможно, придется для начала использовать метод «сверху вниз».

Выделяют следующие методы оценки стоимости.

Параметрическая оценка — метод, при котором для стоимостной оценки используется статистическая зависимость между стоимостью операции и другими переменными (параметрами), полученная на основе анализа исторических данных (например, величина площади конструкции в строительстве, число строк в коде программы, количество часов рабочего времени). Опытным путем рассчитывается стоимость одной единицы объема работ. Например, стоимость строительства 1 кв. м жилья, 1 часа работы эксперта и др. При расчете стоимости используются различные формулы, а для расчета стоимости полного объема работ исходят из стоимости отдельной единицы объема работ.

Оценка по аналогам — метод оценки стоимости по аналогии со сходными работами, выполнявшимися в этом или других проектах. Метод оценки по аналогам может относиться ко всему пакету работ целиком или использоваться в комплексе с параметрической оценкой, когда имеется информация о выполнении аналогичных работ, но другого объема или в других условиях. Достоинством метода является возможность получить более точную оценку. Причина тому — наличие информации не только о плановой стоимости анализируемых работ, но и о ее фактической стоимости. Разница в плановой оценке и в фактической стоимости может дать менеджеру проекта дополнительную информацию для размышления.

Оценка «снизу вверх» — технология оценки больших объемов работ суммированием оценок, полученных для более мелких составляющих данной работы. Чем более подробно и точно разработана ИСР проекта, тем точнее и корректнее могут быть получены стоимостные оценки по проекту. Метод «снизу вверх» по праву считается одним из самых точных.

Пример

Перед передачей нового сервера заказчику его необходимо протестировать. Стоимость тестирования сервера может быть определена способом «снизу вверх». Это будет сумма стоимостей:

штатного тестирования;
стресс-тестов;
нагрузочного тестирования в термокамере.

Метод оценки «сверху вниз» считается значительно менее точным по сравнению с методом «снизу вверх». Он применяется в условиях отсутствия детальной ИСР, нехватки информации о ресурсах и материалах, необходимых для реализации работ. Технология оценки предполагает ровно обратные шаги по отношению к методу «снизу вверх». Сначала дается укрупненная оценка всего пакета работ, а затем она детализируется и декомпозируется на отдельные элементы (по работам, исполнителям и др.). Метод имеет право на жизнь на ранних этапах проекта, когда выполняется оценка его жизнеспособности и непонятно, следует ли расходовать ресурсы на более детальное планирование и оценку.

Анализ предложений исполнителей — очень простой метод при условии наличия исполнителей и подрядных организаций, желающих выполнить данный объем работ.

Техническое задание, тендерная или иная документация рассылается по исполнителям-претендентам с просьбой предоставить свои оценки стоимости (а зачастую — и продолжительности) выполнения данных работ.

Практика управления проектами

При использовании метода анализа предложений исполнителей следует придерживаться простых правил:

не принимайте первое предложение;

не принимайте самое дешевое предложение;

не принимайте слишком дорогое предложение;

не используйте стоимость предложения в качестве единственного критерия при принятии решения.

Один из авторов этой книги провел небольшой эксперимент. Начиная ремонт собственной квартиры, он попробовал получить оценку стоимости данного проекта, анализируя предложения исполнителей и метод «сверху вниз». Как известно, метод «сверху вниз» считается не очень точным. Не разрабатывая ИСР, не определяя состав и структуру работ, он подготовил техническое задание на ремонт двухкомнатной квартиры площадью 55 кв. м, разослал его в шесть компаний, предлагающих на рынке услуги ремонта квартир, и запросил смету проекта. Для чистоты эксперимента были выбраны компании одного рыночного сегмента, предлагающие ремонты «среднего» уровня. Компании, предлагающие ремонт класса «люкс», в эксперименте не принимали участия.

Самая низкая и самая высокая оценки стоимости ремонта, полученные от всех поставщиков, различались в 8 (восемь) раз. В смете с самой низкой ценой предполагалось израсходовать в ходе ремонта 24 мешка смеси для выравнивания стен (по 25 кг каждый), с самой дорогой — 420 мешков.

Ровно то же самое происходит на любом проекте. Добавим сюда имиджевые и маркетинговые составляющие. Смета от компании-подрядчика — лидера рынка будет гораздо более дорогостоящей, чем от другого участника рынка. То же самое случится, если смета разрабатывается для компании-заказчика, являющейся лидером рынка.

Это не должно смущать менеджера проекта. Необходимо отбросить крайние значения — самое высокое и самое низкое — и продолжить анализировать оставшиеся предложения.

В случае проведения тендера по выбору поставщиков все составляющие предложения анализируются в комплексе. Анализу подвергаются предложенные сроки, критерии качества и иные показатели, а не только цена, и данная проблема теряет остроту.

Сравнительная характеристика различных методов оценки стоимости приведена в таблице 1.

Результат оценки стоимости — оценки затрат на выполнение каждой работы отдельно и в целом по проекту. Сделать это можно в табличной форме (см. табл. 2).

В целях получения стоимостных оценок высокого качества менеджер проекта должен привлекать для участия в такой работе экспертов-предметников, функциональных специалистов, имеющих достаточный опыт.

Мониторинг проекта - это процесс постоянного отслеживания масштаба проекта, сроков, бюджета, прогресса и критических показателей успеха. Речь идет о том, чтобы убедиться, что проект находится на пути к достижению своих целей (с точки зрения конечных результатов, крайних сроков и финансовых показателей), и контролировать запросы на изменения на этом пути.

Мониторинг в управлении проектами - это систематический процесс наблюдения, измерения и оценки деятельности, ресурсов и прогресса для проверки того, что данный актив был разработан в соответствии с изложенными условиями. Он предназначен для получения мгновенной информации, выявления отклонений от плана и обеспечения быстрого принятия решений.

Вопросы:

1. Разработка сметы и бюджета проекта.

2. Минимизация затрат.
3. Распределение средств по фазам жизненного цикла проекта.
4. Методы оценки стоимости проекта.
5. Бюджет проекта.
6. Контроль и управление качеством проекта.
7. План управления рисками.
8. Риск-менеджмент.
9. Идентификация рисков

1. Учебная дисциплина. Технологии проектного управления в туризме

2. Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМИ ПОДСИСТЕМАМИ ТУРИСТСКОГО ПРОЕКТА Тема 3.1. Управление командой и ресурсами проекта

3. Цели занятия.

- сформировать знания об особенностях управления стоимостью проекта
  сформировать знания о рисках в проектах, их видах и методах их предотвращения

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	формирование проектной команды. Модели организации и управления проектной командой. *Мобилизация ресурсов проекта*	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Мониторинг проекта. Контроль проекта	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Управление изменениями и завершение проекта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 3.1. ***Управление стоимостью и рисками проекта***

Текст лекции.

При формировании проектной команды выделяют два основных принципа:

1. Подрядчик и заказчик формируют собственные группы, которыми управляют назначенные ими же менеджеры. Координирует их совместную работу по согласованию менеджер от группы подрядчика или от группы заказчика.
2. Для реализации проекта создается только одна группа, которая управляется одним менеджером. В ее составе могут быть представители и подрядчика, и заказчика, выполняющие свои функции в заранее определенных зонах ответственности.

На формирование команды влияют следующие факторы:

- специфика внедряемого проекта;
- влияние внешней и внутренней среды;
- тип лидерства руководителя (менеджера) проекта.

При поиске и найме участников проектной команды также необходимо учитывать такие факторы, как умение решать проблемы, наличие нужных специалистов, наличие технологической квалификации, доверие, связи и энергичность.

Команда проекта состоит из руководителя проекта, персонала, отвечающего за управление проектом, и остальных членов команды, которые выполняют работу, но не обязательно участвуют в управлении проектом.

Данная команда состоит из представителей различных групп, обладающих знаниями в конкретной предметной области или набором конкретных навыков для выполнения работ по проекту.

К основным **стадиям существования проектных команд**, которые в реальной **проектной** деятельности проявляются в разных формах, следует отнести: образование (forming), интенсивное формирование (storming), нормализация деятельности (normalizing), исполнение планов по реализации **проекта** (performing), трансформация **команды**, или ее расформирование (transforming). жизненном цикле команды проекта выделяют следующие этапы:

этап ориентации (формирования)

этап борьбы

этап установки норм поведения и общения

основной этап работы (рабочая стадия и реорганизация)

заключительный этап (расформирование)

Мониторинг проекта - это процесс постоянного **отслеживания** масштаба **проекта**, сроков, бюджета, прогресса и критических показателей успеха. Речь идет о том, чтобы убедиться, что **проект** находится на пути к достижению своих целей (с точки зрения конечных результатов, крайних сроков и финансовых показателей), и контролировать запросы на изменения на этом пути.

Управление изменениями — это процесс прогнозирования и планирования будущих изменений, регистрация всех потенциальных изменений (в содержании проекта, спецификации, стоимости, сетевом графике и др.) для детального изучения, оценки последствий, одобрения или отклонения.

Завершение проекта включает в себя:

1. Проведение эксплуатационных испытаний для получения точных данных, характеризующих уровень результатов, достигнутых в ходе выполнения работ по проекту.
2. Сдачу проекта и закрытие контракта.

Основные этапы закрытия контракта:

1. Проверка финансовой отчетности.
2. Паспортизация.
3. Выявление невыполненных обязательств.
4. Завершение невыполненных обязательств.
5. Гарантийное обслуживание и окончательные расчёты.

Одним из важных ключевых интеграционных процессов в управлении проектами, пронизывающим весь жизненный цикл проекта, является управление изменениями, которые возникают в ходе реализации проекта. Под **изменениями** понимается замещение одного решения другим вследствие воздействия различных внешних и внутренних факторов при разработке и реализации проекта. Изменения оказывают существенное влияние на ценность и

эффективность проекта; продолжительность и сроки завершения проекта; стоимость и бюджет проекта; качество выполнения работ и спецификации требований к результатам. Внесение изменений в проект предопределяет: возникновение дополнительных затрат; нарушение плановых сроков осуществления проекта; невозможность достижения требуемого качества или результата проекта.

Влияние вносимых изменений меняется по основным фазам жизненного цикла. В строительстве на прединвестиционной фазе и этапе разработки проектно-сметной документации стоимость изменений ми нимальна, но затем она возрастает в десятки раз на каждом последующем этапе жизненного цикла.

Управление изменениями - это процесс прогнозирования и планирования будущих изменений, регистрация всех потенциальных изменений для детального изучения, оценки последствий, одобрения или отклонения, а также организация мониторинга и координации исполнителей, реализующих изменения в проекте. Один из подходов к управлению изменениями состоит в том, что управляющему проектом необходимо периодически запрашивать все документы об изменениях для контроля, перепроверки и оценки.

Поскольку изменения постоянно воздействуют на проект, их необходимо прогнозировать для смягчения этих воздействий. На этапе разработки проекта, прогнозируя возможные изменения, необходимо создавать резервы на непредвиденные изменения, которые включают изменения физических и ценовых показателей. Если необходимые расходы на непредвиденные изменения физических показателей в сумме превышают 15-20 %, рекомендуется усовершенствовать проект с тем, чтобы снизить уровень неопределенности еще до момента приглашения претендентов на контракт. Поправка на непредвиденные ценовые изменения отражает ожидаемый рост стоимости проекта, вызванный изменением удельных цен для различных компонентов проекта, произошедшим после составления основной сметы расходов.

Вопросы:

1. Модели организации и управления проектной командой.
2. Мобилизация ресурсов проекта.
3. Мониторинг проекта.
4. Контроль проекта.
5. Управление изменениями и завершение проекта.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. Технологии проектного управления в туризме

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Конкуренция как фактор туристской кластеризации

Тема 1.1. Сущность и экономическое содержание конкурентоспособности регионального туристского рынка

3. Цели занятия.

− сформировать знания о методах и приемах анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− освоить механизмы формирования кластеров в экономике и в индустрии туризма в частности;

− сформировать умения использования основных методов и приемов анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− приобрести профессиональные умения по обеспечению выполнение основных функций управления подразделениями организаций туристской индустрии.

1. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие конкурентоспособности на туристском рынке	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Содержание проектирования и моделирования экономических процессов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Стратегическое управление туриндустрией на различных уровнях управления.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Кому принадлежит самое известное определение «Кластер»?
2. Географическая характеристика кластерной стратегии
3. Горизонтальная характеристика кластерной стратегии.
4. Вертикальная характеристика кластерной стратегии.
5. Латеральная характеристика кластерной стратегии.

1. Учебная дисциплина. Технологии проектного управления в туризме

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Конкуренция как фактор туристской кластеризации

Тема 1.2. Теоретические предпосылки кластерного подхода в туристской отрасли в регионе.

3. Цели занятия.

− сформировать знания о методах и приемах анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− освоить механизмы формирования кластеров в экономике и в индустрии туризма в частности;

− сформировать умения использования основных методов и приемов анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− приобрести профессиональные умения по обеспечению выполнение основных функций управления подразделениями организаций туристской индустрии.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Содержание кластерного подхода в экономики	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Кластерный подход в развитии экономики туризма регионов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Технологическая характеристика кластерной стратегии.
2. Фокусная характеристика кластерной стратегии.
3. Качественная характеристика кластерной стратегии
4. Определение принципа замкнутости.
5. Определение принципа постоянных потребностей

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 1:

1. Маркетинг и брендинг туристско-рекреационных территорий.
2. Инновационные технологии в управлении развитием туристских дестинаций.
3. Развитие туристских кластеров в регионах России: институциональные и маркетинговые аспекты.
4. Структура туристского рынка

5. Оценка наиболее востребованных страновых брендов на мировом туристском рынке.
6. Особенности управления туристскими системами в условиях цифровой экономики
7. Особенности маркетинга туристских услуг в цифровой экономике.
8. Развитие каналов продвижения турпродуктов.
9. Оценка туристской привлекательности российских регионов: маркетинговый анализ
10. Разработка маркетинговой стратегии
11. Эволюция и перспективы маркетинговых исследований в туризме.
12. Оценка эффективности мероприятий интернет-маркетинга.
13. Ценообразование на услуги туристической компании.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – презентация и защита проекта:
Провести зонирование выбранной территории России (по выбору студента) и сопоставить с туристским кластером в который входит территория или определить что выбранная территория включает несколько кластеров. Дать характеристику территории, зонированию, кластеризации. Описать состав, географию, экономку территории-кластера. Определить взаимосвязь категорий.

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. Технологии проектного управления в туризме

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. ***РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМИ ПОДСИСТЕМАМИ ТУРИСТСКОГО ПРОЕКТА***

2.1. Применение кластерного подхода в региональном развитии туристского рынка. Государственная политика в формировании региональных туристских рынков

3. Цели занятия.

− сформировать знания о методах и приемах анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− освоить механизмы формирования кластеров в экономике и в индустрии туризма в частности;

− сформировать умения использования основных методов и приемов анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− приобрести профессиональные умения по обеспечению выполнение основных функций управления подразделениями организаций туристской индустрии.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Кластеризации территориальных образований в индустрии туризма России	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Регионально-географической кластеризации регионов России	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Эффективного использования туристских ресурсов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Определение принципа обеспеченности ресурсами.
2. Определение принципа взаимовыгодных отношений.
3. Определение принципа информированности.
4. Определение принципа общности хозяйствования.

1. Учебная дисциплина. Технологии проектного управления в туризме

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Кластеризация в туристской отрасли как фактор глобализации и регионализации

2.2. Методические подходы к выявлению и оценке кластерных схем. Характеристика региональных кластеров

3. Цели занятия.

− сформировать знания о методах и приемах анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− освоить механизмы формирования кластеров в экономике и в индустрии туризма в частности;

− сформировать умения использования основных методов и приемов анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− приобрести профессиональные умения по обеспечению выполнение основных функций управления подразделениями организаций туристской индустрии.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Пространственная организация туристских кластеров.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Государственная политика развития внутреннего туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Мировой и российский опыт туристской кластеризации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Какая стратегия используется для развития кластера туризма в Хорватии?
2. Дайте определение смежным и обслуживающим отраслям (кластеры отраслей).
3. Укажите проблемы кластера и туризма.
4. Назовите три основные Национальные Инициативы в туристском кластере.
5. В каких условиях функционирует кластер?
6. Какой вид туризма следует развивать в Казахстане?
7. Какими нормативными актами организация туристской деятельности?

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: реферат
Перечень тем рефератов к темам раздела 2:

1. Повышение инвестиционной привлекательности регионов
2. Понятие и классификация туристских кластеров.
3. Механизмы функционирования туристских кластеров
4. Пространственная организация туристских кластеров.
5. Регионально-географический подход к созданию туристских кластеров
6. Государственная политика развития внутреннего туризма.
7. Мировой и российский опыт туристской кластеризации
8. Мировой и российский опыт туристской кластеризации.
9. Государственная политика развития внутреннего туризма.
10. Территориальная кластеризация Российского туризма
11. Тематические и специализированные туристские кластеры.
12. Экологический туризм в структуре туристских кластеров.

13. Лечебно-оздоровительный туризм в структуре туристских кластеров.
14. Горнолыжный туризм в структуре кластеров.
15. Религиозный туризм в структуре туристских кластеров.
16. Этнографический туризм в структуре кластеров. Культурны туризм в структуре туристских кластеров.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – кейс-задание

Дать характеристику туристским кластерам России:
Туристские кластеры Северо-Западного Федерального округа.
Туристские кластеры Центрального Федерального округа.
Туристские кластеры Приволжского Федерального округа.
Туристские кластеры Уральского Федерального округа.
Туристские кластеры Сибирского Федерального округа.
Туристские кластеры Дальневосточного Федерального округа
Туристские кластеры Северо-Кавказского Федерального округа.
Туристские кластеры Южного Федерального округ.
по следующему плану:

- Обоснование выбора кластеров для анализа
- Характеристика экономико-географического положения.
- Характеристика природных условий и ресурсов.
- Характеристика населения.
- Краткий исторический очерк.
- Общая характеристика хозяйства.
- Порайонные различия.
- Туристские ресурсы.
- Основные туры.
- Туристские формальности.

1. Учебная дисциплина. Технологии проектного управления в туризме

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. ***РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫМИ ПОДСИСТЕМАМИ ТУРИСТСКОГО ПРОЕКТА***

2.2. . ***Управление стоимостью и рисками проекта***

3. Цели занятия.

− сформировать знания о методах и приемах анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− освоить механизмы формирования кластеров в экономике и в индустрии туризма в частности;

− сформировать умения использования основных методов и приемов анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления;

− приобрести профессиональные умения по обеспечению выполнение основных функций управления подразделениями организаций туристской индустрии.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения

п/п		
1.	Пространственная организация туристских кластеров.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Государственная политика развития внутреннего туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Мировой и российский опыт туристской кластеризации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Пример расчетно-практического задание к разделу 3:
Расчитать бюджет туристского проекта. Выявить все возможные риски.

Вопросы к обсуждению:

1. *Разработка сметы и бюджета проекта.*
2. *Минимизация затрат.*
3. *Распределение средств по фазам жизненного цикла проекта.*
4. *Методы оценки стоимости проекта.*
5. *Бюджет проекта.*
6. *Контроль и управление качеством проекта.*
7. *План управления рисками.*
8. *Риск-менеджмент.*
9. *Идентификация рисков*

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: реферат
Перечень тем рефератов к темам раздела 2:

1. Разработка сметы и бюджета проекта.
2. Минимизация затрат.
3. Распределение средств по фазам жизненного цикла проекта.
4. Методы оценки стоимости проекта.
5. Бюджет проекта.
6. Контроль и управление качеством проекта.
7. План управления рисками.
8. Риск-менеджмент.
9. Идентификация рисков

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – кейс-задание

Дать характеристику туристским кластерам России:
Туристские кластеры Северо-Западного Федерального округа.
Туристские кластеры Центрального Федерального округа.
Туристские кластеры Приволжского Федерального округа.
Туристские кластеры Уральского Федерального округа.
Туристские кластеры Сибирского Федерального округа.
Туристские кластеры Дальневосточного Федерального округа
Туристские кластеры Северо-Кавказского Федерального округа.
Туристские кластеры Южного Федерального округ.
по следующему плану:

- Обоснование выбора кластеров для анализа
- Характеристика экономико-географического положения.
- Характеристика природных условий и ресурсов.
- Характеристика населения.
- Краткий исторический очерк.
- Общая характеристика хозяйства.
- Порайонные различия.
- Туристские ресурсы.
- Основные туры.
- Туристские формальности.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Правовое регулирование форм деятельности в гостиничной сфере в России и за рубежом	
Тема 1.1. Государственное регулирование и надзор в сфере гостиничной деятельности и предоставления гостиничных услуг в соответствии с требованиями потребителей.	Организационно-правовые основы управления и надзора за сервисным обслуживанием и предоставлением гостиничных услуг в гостиничных комплексах и на транспорте в Российской Федерации: Факторы необходимости государственного регулирования. Административно-правовые и экономические методы регулирования сферы услуг, основные формы (инструменты) такого влияния. Направления государственного регулирования. Федеральные и региональные органы государственного регулирования в гостиничном сервисе, их статус и функции. Субъекты предпринимательской деятельности в гостиничном сервисе: Понятие и признаки юридических лиц. Организационно-правовые формы юридических лиц. Способы образования юридических лиц. Государственная

	регистрация юридических лиц. Реорганизация, ликвидация юридических лиц. Правовое регулирование создания фирм в гостиничном сервисе. Типичные формы организации фирм в гостиничном сервисе, их преимущества. услуг в соответствии с требованиями потребителей. . Международное сотрудничество в сфере сервисного обслуживания и оказание гостиничных услуг за пределами Российской Федерации: Нормативная база международного сотрудничества. Процедуры, применяемые для сотрудничества. Перспективы адаптации иностранного и международного опыта регулирования в сфере в гостиничном сервисе.
Тема 1.2. Правовое обеспечение на межнациональном уровне	Международно-правовая регламентация услуг гостиничной индустрии. Источники международного права в сфере гостиничного сервиса. Законодательство иностранных государств в сфере гостиничного сервиса. Международно-правовые формы координации деятельности государств в сфере гостиничного сервиса. Международные организации, действующие в сфере гостиничного сервиса. Международная гостиничная ассоциация. Международные гостиничные правила. Франкфуртская таблица, применение.
Раздел 2. Актуальные вопросы в практике российской и международной стандартизации гостиничных услуг	
Тема 2.1. Российские и международные организации разрабатывающие стандарты	Международная организация по стандартизации. Структура ИСО. Порядок разработки международных стандартов. Правовые основы сертификации туристских услуг и услуг гостиниц. Категория отелей и сертификация их услуг.
Тема 2.2. Актуальные области сертификации	Определение приоритетов международной стандартизации. Гармонизация стандартов. Применение международных стандартов в Российской Федерации. Организация предоставления гостиничных услуг в предприятиях индустрии гостеприимства. Сертификация систем обеспечения качества. Мировой опыт сертификации гостиниц. Сертификация услуг гостиниц в России.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных

случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в

нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная

модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Правовое регулирование форм деятельности в гостиничной сфере в России и за рубежом

Тема 1.1. Государственное регулирование и надзор в сфере гостиничной деятельности и предоставления гостиничных услуг в соответствии с требованиями потребителей.

Вопросы для самоподготовки:

1. Международно-правовые формы координации деятельности государств в сфере сервиса и туризма.

2. Обзор законодательства зарубежных стран в сфере сервиса и туризма.

3. Особенности правового регулирования Испании (Комплекс услуг 2 из 3), Германии (Франкфуртская таблица, Памятки для путешественников), Италия (Гостиничный сервис), Финляндия (Требования для турфирм), Франция (Субъекты сферы сервиса и туризма).

Тема 1.2. Правовое обеспечение на межнациональном уровне

Вопросы для самоподготовки:

1. США (Национальная организация туризма, доклад «Туризм работает на Америку», муниципальные советы по туризму, гостиничный сбор).
2. Азия. Правовое положение иностранного гражданина в Монголии, Китае.
3. Европа. Право Евросоюза. Шенгенское соглашение. Шенгенская группа стран – Шенгенское соглашение Евросоюза. Директива ЕЕС 1990 года. «Пэкидж туры». Типовой контракт на путешествия.

Раздел 2. Актуальные вопросы в практике российской и международной стандартизации гостиничных услуг

Тема 2.1. Российские и международные организации разрабатывающие стандарты

Вопросы для самоподготовки:

1.Характеристика международных стандартов гостеприимства и управления качеством услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

2. Характеристика национальных стандартов гостеприимства и управления качеством услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

3. Понятие, сущность и назначение корпоративных стандартов гостеприимства и управления качеством услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Тема 2.2. Актуальные области сертификации

Вопросы для самоподготовки:

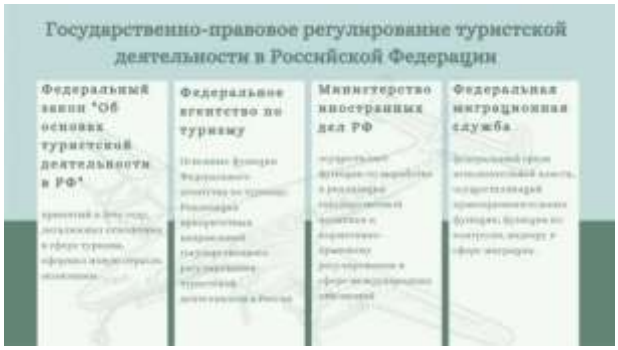
1. Составляющие корпоративного стандарта. Охарактеризуйте аспекты, которые регламентируют стандарты. цели и задачи, которые решают стандарты гостеприимства и управления качеством.

2. Нормативно-правовая база разработки стандартов гостеприимства и управления качеством услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

3. Цели классификации гостиниц и иных средств размещения. Этапы классификации.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Правовое регулирование форм деятельности в гостиничной сфере в России и за рубежом



https://novikovnn.ru/wp-content/uploads/3/9/3/393b17fb049208034f75222932fc8728.jpeg



https://cf.ppt-online.org/files/slide/i/i9JdIF2HDx5rME3yQjVNmTlaRYbBOL6CUZS1cf/slide-2.jpg

Тема 1.1. Государственное регулирование и надзор в сфере гостиничной деятельности и предоставления гостиничных услуг в соответствии с требованиями потребителей.

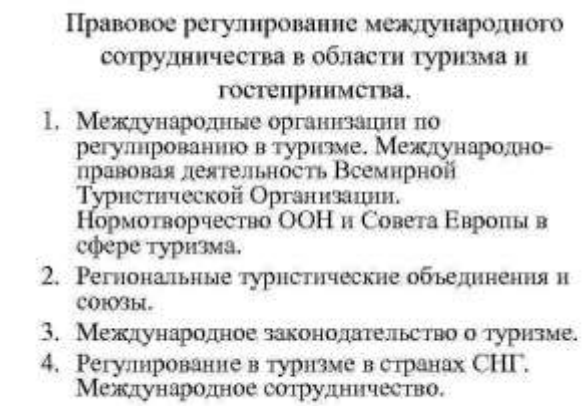
Иллюстрации:



https://thepresentation.ru/img/tmb/3/240218/0b7053720e7ce85d950fc08ece4b6800-800x.jpg

Тема 1.2. Правовое обеспечение на межнациональном уровне

Иллюстрации:



https://present5.com/presentation/109638123_169578752/image-1.jpg



https://prezentacii.org/upload/cloud/18/11/95076/images/screen9.jpg

Раздел 2. Актуальные вопросы в практике российской и международной стандартизации гостиничных услуг

Тема 2.1. Российские и международные организации разрабатывающие стандарты
Иллюстрации:



https://com-business.ru/wp-content/uploads/5/6/b/56b0d88afcf2a1ac5ec88d2e18cad4c3.jpeg



https://theslide.ru/img/thumbs/ae9ee51c57491c8c4711cb69092104b8-800x.jpg

Тема 2.2. Актуальные области сертификации
Иллюстрации:



https://fsd.multiurok.ru/html/2020/03/26/s_5e7ca1588caed/img10.jpg



https://theslide.ru/img/thumbs/baa57099aec43f201f1d9709c372b31e-800x.jpg

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой

лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной

литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;

8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе,

конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Правовое регулирование форм деятельности в гостиничной сфере в России и за рубежом

Тема 1.1. Государственное регулирование и надзор в сфере гостиничной деятельности и предоставления гостиничных услуг в соответствии с требованиями потребителей.

3. Цели занятия.

- сформировать представления о социальном и культурном значение законотворчества в сервисе и туризме;
- изучить основные нормативно-правовые акты в сфере туризма и сервиса;
- изучить законодательно-нормативные акты и правила, регулирующие международную стандартизацию и сертификацию в гостиничном бизнесе, с процедурой оформления документов и схемами сертификации гостиничных услуг, средств размещения в России и за рубежом.
- изучить основные определения и характеристики основных понятий в области стандартизации и сертификации гостиничных услуг.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Организационно-правовые основы управления и надзора за сервисным обслуживанием и предоставлением гостиничных услуг в гостиничных комплексах и на транспорте в Российской Федерации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Административно-правовые и экономические методы регулирования сферы услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Международное сотрудничество в сфере сервисного обслуживания и оказание гостиничных услуг	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Государственное регулирование и надзор в сфере гостиничной деятельности и предоставления гостиничных услуг в соответствии с требованиями потребителей.

Текст лекции.

Государственное регулирование деятельности по оказанию гостиничных услуг осуществляется путем нормативно-правового регулирования данной сферы, а также с помощью стандартизации и классификации гостиниц и других средств размещения, создания благоприятных условий для инвестиций в гостиничную индустрию.

Правовое регулирование услуг, в частности гостиничных, начинается с Конституции РФ, где указано, что в Российской Федерации гарантируются единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств (ч. 1 ст. 8), а также закреплены основные права и свободы человека и гражданина, важные для этой сферы, в том числе право свободно передвигаться, выбирать место пребывания и жительства (ч. 1 ст. 27), право на отдых (ч. 5 ст. 37).

В ГК РФ услуги выделены в качестве самостоятельного объекта прав (статьи 1, 2, 128 и др.). Регулированию договорных отношений по оказанию услуг посвящена глава 39 "Возмездное оказание услуг" ГК РФ, значимость которой состоит в том, что в ней заложен фундамент для гражданских правоотношений, еще не поименованных в данном Кодексе. К их числу относятся отношения по оказанию гостиничных услуг. В п. 2 ст. 779 ГК РФ, содержащем перечень услуг, гостиничные услуги не указаны. Однако это не означает, что правила главы 39 ГК РФ не применяются к таким отношениям, так как приведенный перечень услуг не является исчерпывающим.

Следующий источник правового регулирования деятельности по оказанию гостиничных услуг - Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (далее - Закон о туристской деятельности). Данный Закон распространяется на гостиничную деятельность только косвенно. Из понятийного аппарата Закона о туристской деятельности становится ясно, что гостиничная деятельность не может быть отнесена как к туристской, так и к иной деятельности по организации путешествий.

Вместе с тем Закон о туристской деятельности относит гостиницы к объектам туристской индустрии, а в ст. 4 декларирует развитие туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий, т.е. фактически развитие гостиниц, как одну из основных целей государственного регулирования туристской деятельности.

Закон о туристской деятельности определяет также, что услуги по размещению являются составной частью туристского продукта, а деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта есть туристская деятельность. Таким образом, можно сказать, что государственное регулирование сферы туристской деятельности весьма существенно затрагивает деятельность по оказанию гостиничных услуг.

Важную роль в регулировании деятельности по оказанию гостиничных услуг играет Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей" (далее - Закон о защите прав потребителей), который регламентирует взаимоотношения, возникающие между потребителем и исполнителем услуг, в том числе и гостиничных, устанавливает права

потребителей (на приобретение услуг надлежащего качества, безопасных для их жизни, здоровья и имущества; на получение информации об услугах и об их исполнителях; на государственную и общественную защиту интересов потребителей), а также определяет механизм реализации их прав.

Закон РСФСР от 26.06.1991 N 1488-1 "Об инвестиционной деятельности в РСФСР", Федеральные законы от 09.07.1999 N 160-ФЗ "Об иностранный инвестициях в Российской Федерации" и от 25.02.1999 N 39-ФЗ "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" определяют основные гарантии прав инвесторов на инвестиции и получаемые от них доходы и прибыль, условия предпринимательской деятельности инвесторов на гостиничном рынке России.

Федеральный закон от 27.12.2002 N 184-ФЗ "О техническом регулировании" (далее - Закон о техническом регулировании) чрезвычайно важен для регулирования качества услуг, поскольку регламентирует отношения, возникающие при разработке, принятии, применении и исполнении на добровольной основе требований к оказанию услуг.

Среди источников правового регулирования отношений по оказанию гостиничных услуг ключевыми являются Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 25.04.1997 N 490 (далее - Правила предоставления гостиничных услуг). Данные Правила приняты в соответствии с Законом о защите прав потребителей и содержат нормы, регламентирующие порядок предоставления информации о гостиничных услугах, порядок оформления проживания в гостинице и оплаты услуг, порядок предоставления услуг, ответственность исполнителя и потребителя.

Правила предоставления гостиничных услуг содержат определения ключевых понятий по предоставлению гостиничных услуг. Так, гостиница определяется как имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления услуг. Однако приведенное определение представляется не вполне корректным и не отвечающим реалиям современных отношений в данной сфере.

Потребителем услуг, согласно Правилам предоставления гостиничных услуг, является гражданин, имеющий намерение заказать либо заказывающий и использующий услуги исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. Таким образом, если следовать Правилам предоставления гостиничных услуг, не являются потребителями гостиничных услуг граждане, осуществляющие во время проживания в гостинице какую-либо деятельность, направленную на извлечение прибыли, в том числе граждане, выполняющие свои обязанности по гражданско-правовому договору (например, лекторы, адвокаты, поверенные). Неоднозначным является момент отнесения к потребителям Правилами предоставления гостиничных услуг граждан, направленных по распоряжению работодателя в командировку в соответствии с трудовым законодательством и выполняющих в период проживания в гостинице свои трудовые обязанности. Заказывает гостиничные услуги в такой ситуации работодатель, юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, который направляет своего работника в командировку, в том числе и в целях извлечения прибыли, а потребляет услуги работник, который является "инструментом" извлечения прибыли.

Следовательно, Правила предоставления гостиничных услуг, регулирующие ключевые моменты в отношениях по предоставлению гостиничных услуг, рассчитаны только на узкую область отношений, к которым относятся отношения с участием граждан-потребителей на стороне получателя услуги.

Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 51185-98 "Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования", утвержденный Постановлением Госстандарта России от 09.07.1998 N 286, содержит ряд норм, регулирующих деятельность по оказанию гостиничных услуг. Однако согласно ст. 46 Закона о техническом регулировании вышеупомянутый ГОСТ подлежит обязательному исполнению только в части, обеспечивающей достижение целей законодательства России о техническом регулировании.

ГОСТ Р 51185-98 дает определение таким понятиям, как "средства размещения", "услуги средств размещения", "исполнитель услуги средств размещения", классифицирует средства размещения, ограничиваясь их простым перечислением.

Подводя итог анализу нормативных правовых актов в сфере деятельности по оказанию гостиничных услуг, можно сделать вывод, что современное отечественное регулирование этой деятельности является неполным. Правовая регламентация общественных отношений в данной сфере осуществляется преимущественно на подзаконном уровне.

Качественный уровень правового регулирования деятельности по оказанию гостиничных услуг, очевидно, невысок и недостаточен для успешного развития гостиничного хозяйства в нашей стране. В целях повышения эффективности правовой регламентации отношений по оказанию гостиничных услуг следует, с нашей точки зрения, доработать Правила предоставления гостиничных услуг, необходимо установить специальные нормы, посвященные регулированию предпринимательских отношений в рассматриваемой сфере. Статья 17 Федерального закона от 08.08.2001 N 128-ФЗ "О лицензировании отдельных видов деятельности" содержит исчерпывающий перечень видов деятельности, подлежащих обязательному лицензированию. Деятельность по оказанию гостиничных услуг в этом перечне не указана, соответственно, лицензирование данной сферы не осуществляется.

Согласно ч. 3 ст. 4 Закона о туристской деятельности государственное регулирование туристской индустрии, к которой, как мы уже отмечали ранее, относятся прежде всего гостиницы, осуществляется путем стандартизации и классификации объектов туристской индустрии. С нашей точки зрения, данное направление государственного регулирования крайне важно и необходимо, так как реализует право потребителей на информацию об исполнителе услуг размещения и о самих услугах в соответствии со ст. 8 Закона о защите прав потребителей.

Статья 5 Закона о туристской деятельности закрепляет норму о том, что стандартизация и классификация объектов туристской индустрии осуществляются в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Стандартизация услуг в нашей стране регулируется Законом о техническом регулировании. Применительно к услугам вообще и к гостиничным услугам в частности данный Закон определяет техническое регулирование как правовое регулирование отношений в области установления и применения на добровольной основе требований к оказанию услуг, а также оценки и подтверждения соответствия услуг этим требованиям. Законом о техническом регулировании устанавливается, что такие требования могут существовать в форме стандартов или договоров. Никаких иных форм документов, устанавливающих состав и содержание добровольно принимаемых требований к услугам, данный Закон не предусматривает. Закон о техническом регулировании также не допускает применения процедур обязательного подтверждения соответствия услуг каким-то требованиям и принуждения к добровольному подтверждению соответствия, в том числе в определенной системе добровольной сертификации.

Система добровольной сертификации может быть создана любым юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем либо несколькими юридическими лицами и (или) индивидуальными предпринимателями. Система добровольной сертификации может быть зарегистрирована в Федеральном агентстве по техническому регулированию и метрологии, но может и не регистрироваться.

Можно сделать вывод, что в России гостиничные услуги не подлежат обязательной сертификации, необходимо лишь добровольное подтверждение соответствия каким-либо критериям, причем не обязательно регистрировать данные критерии, их может разработать и применять любая организация. Значит, установление и применение стандартов в данной сфере, если следовать Закону о техническом регулировании, полностью выведены из сферы ведения государственных органов.

Однако государство активно участвует в разработке критериев оценки качества гостиничных услуг.

Так, Минэкономразвития России Приказом от 21.06.2003 N 197 утвердило Положение о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения. Данная система классификации гостиниц просуществовала два года и была отменена в связи с Приказом Ростуризма от 21.07.2005 N 86 "Об утверждении Системы классификации гостиниц и других средств размещения" (далее - Приказ N 86). Данная Система классификации гостиниц и других средств размещения (далее - Система классификации) применяется в настоящее время. Рассмотрим этот документ более подробно.

Прежде всего, на наш взгляд, само понятие "система классификации" в контексте документа и в свете понятий и определений Закона о техническом регулировании, а также с позиций лексики русского языка является некорректным. Понятие "классификация" в его энциклопедическом значении - это способ или процесс разбиения множества объектов на классы, в данном случае - на категории, обозначаемые количеством звезд. Под классификацией в рассматриваемой системе понимается процесс отнесения конкретной гостиницы к классификационной группе - категории. Этот процесс состоит из двух последовательных действий: оценки соответствия гостиницы классификационным требованиям; документального подтверждения установленного соответствия категории. Затем гостинице выдается сертификат категории и знака соответствия. Однако согласно ст. 2 Закона о техническом регулировании подтверждение соответствия - документальное удостоверение соответствия оказания услуг положениям стандартов; сертификат соответствия - документ, удостоверяющий соответствие объекта положениям стандартов; сертификация - форма подтверждения соответствия объектов положениям стандартов. То есть то, что в Приказе N 86 названо классификацией, по Закону о техническом регулировании - сертификация.

В связи с этим представляется необходимым внести соответствующие изменения в Приказ N 86 и заменить понятие "классификация" термином "сертификация", каковой она, по сути, и является.

Система классификации содержит требования к гостиницам и другим средствам размещения, критерии их балльной оценки и требования к номерам различных категорий и критерии их балльной оценки, в соответствии с которыми и осуществляется оценка гостиниц и других средств размещения на соответствие той или иной категории.

Проблема разработки единых требований для оценки средств размещения постоянно находится в центре внимания специалистов во всем мире. С тех пор как туризм стал массовым и сложная проблема сертификации гостиничных услуг встала довольно остро, разные организации неоднократно предпринимали попытки принять единый мировой стандарт для

услуг, оказываемых гостиницами. Однако на сегодняшний день эти попытки не увенчались успехом в силу многих причин, прежде всего национально-исторических особенностей туристской индустрии разных стран. В 1989 году Секретариат Всемирной туристской организации (ВТО) выпустил Рекомендации по межрегиональной гармонизации критериев гостиничной классификации <1>. Именно этот документ можно сегодня рассматривать как международный стандарт гостиничных услуг. Следует отметить, что он носит исключительно рекомендательный характер.

<1> См.: Международный туризм: правовые акты. М., 2002. С. 307 - 323.

На наш взгляд, упомянутые выше требования к гостиницам и другим средствам размещения и критерии их балльной оценки, а также требования к номерам различных категорий и критерии их балльной оценки Системы классификации соответствуют рекомендациям ВТО. Аналогично документу ВТО Система классификации содержит требования, предъявляемые к зданию гостиницы и прилегающей к ней территории, водо- и энергоснабжению, отоплению, вопросам безопасности, номерам, техническому и сантехническому оборудованию, дополнительным помещениям гостиницы, предоставляемым услугам, обслуживающему персоналу и т.д. Каждый вид требований делится на две группы. Первая предъявляется к гостиницам всех категорий. Выполнение этих требований - необходимое условие для обеспечения безопасности гостя. Ко второй группе относятся требования, предъявляемые к конкретным категориям гостиниц.

Представляется, что существенной недоработкой Системы классификации является отсутствие связи между требованиями к гостиницам и другим средствам размещения и критериями их балльной оценки и требованиями к номерам различных категорий и критериями их балльной оценки. Результат категорирования номеров никак не влияет на категорию, которая присваивается гостинице. Мы предлагаем связать две группы требований неким алгоритмом, предполагающим наличие номеров определенной категории в гостинице определенной категории.

Организационная структура Системы классификации состоит из пяти уровней. Во-первых, это руководящий орган Системы - федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма. В терминах Закона о техническом регулировании это - юридическое лицо, образовавшее систему добровольной сертификации. Руководящий орган Системы утверждает решения аттестационной комиссии и создает комиссию по апелляциям. Во-вторых, действует центральный орган Системы (ЦОС), который создает аттестационную комиссию и утверждает документы Системы, принимает заявки на проведение экспертной оценки, ведет единый реестр Системы, а также осуществляет координирующие функции, разрабатывает методические документы, производит сбор и анализ информации и т.д. Решение о присвоении или отказе в присвоении средству размещения запрашиваемой категории принимает аттестационная комиссия. Непосредственно экспертную оценку средств размещения производят органы по классификации, которые создаются на базе организации, определенной ЦОС. Также существует комиссия, рассматривающая апелляции по вопросам, связанным с классификацией. Закон о техническом регулировании помимо лица, образовавшего систему добровольной сертификации, предусматривает всего лишь один орган - орган добровольной сертификации.

Несмотря на явные внешние различия с организационной структурой, установленной в Законе о техническом регулировании, радикальной противозаконности в организационной структуре Системы классификации нет. Однако представляются необоснованными и не соответствующими решаемой задаче количество уровней принятия решений и излишняя

бюрократизированность процесса. На наш взгляд, это усложняет и завышает стоимость оценки и подтверждения соответствия категории.

В целом Система классификации, хотя и нуждается в ряде доработок, в том числе и концептуальных, представляет собой стройную и целостную систему по сертификации гостиниц и других средств размещения. И она вполне могла бы стать основой и гарантом стабильности и постоянства качества гостиничных услуг в Российской Федерации.

Однако Система классификации обладает, как нам кажется, одним существенным недостатком. Она является добровольной, и никто не может заставить гостиницы получать сертификат категории. Также очевидно, что гостиницы, предлагающие услуги низкого качества, либо вообще не будут проходить сертификацию, либо сделают это в рамках другой системы, созданной согласно Закону о техническом регулировании. И абсолютно законно получат даже самую высокую категорию в рамках собственной системы соответствия.

Сравнивать качество предоставляемых услуг в гостиницах, классифицированных по разным системам, достаточно сложно. Ведь при любой классификации делается некоторая ограниченная выборка из огромного многообразия параметров, которые могут быть подвергнуты оценке. А пострадавшей стороной в сложившейся ситуации оказывается потребитель, который, заказывая гостиницу из другого региона, ориентируется на категорию, указанную в брошюре или на сайте гостиницы, но при этом не знает, на каком основании данная категория присвоена. У него существуют собственные представления, например, о категории "три звезды", а получает он услуги на уровне, по его мнению, "одной звезды". Однако потребитель при этом не может предъявить к исполнителю никаких претензий, ведь у последнего есть сертификат соответствия гостиницы категории "три звезды" в рамках некоей добровольной системы сертификации.

Важно отметить, что была предпринята попытка решить данную проблему со стороны государства. Система классификации была одобрена распоряжением Правительства РФ от 15.07.2005 N 1004-р. Одобрение свидетельствует о том, что государство в лице федерального органа исполнительной власти в сфере туризма выступает гарантом того, что гостиница или другое средство размещения действительно соответствуют всем требованиям, предъявляемым к присвоенной им категории. Однако, на наш взгляд, это не решает проблемы. Даже одобренная Правительством РФ Система классификации не становится обязательной и остается лишь одной из ряда возможных систем сертификации. Потребитель не обеспечен достоверной информацией о категории гостиницы.

В свете вышеизложенного представляется необходимым ввести обязательную сертификацию гостиниц и других средств размещения на территории Российской Федерации. Для этого предлагается в Законе о техническом регулировании деятельность по оказанию гостиничных услуг отнести не к услугам, а к процессам и принять соответствующий Закон о техническом регулировании гостиничной деятельности, основу которого может составить переработанная и дополненная Система классификации.

Источник: https://wiselawyer.ru/poleznoe/41446-gosudarstvennoe-regulirovanie-deyatelnosti-okazaniyu-gostinichnykh-uslug?ysclid=lh25ooe78b417069132

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Ответственность за нарушение таможенных правил и сроки обжалования, действий нарушающих права туристов.
2. Ответственность туриста за нарушение правил безопасности и контракта

3. Виды страхования туриста. Правила и обязанности сторон по договору о страховании
4. Порядок исчисления и сроки уплаты налогов с различных видов туристкой деятельности.
5. Порядок подачи исковых заявлений туристами о причинении им имущественного вреда, а также вреда, причиненного здоровью.
6. Положения Конституции РФ о правах и свободах граждан – основа правового регулирования туризма в РФ.
7. Общие принципы правового регулирования в СКС.

1. Учебная дисциплина. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Правовое регулирование форм деятельности в гостиничной сфере в России и за рубежом

Тема 1.2. Правовое обеспечение на межнациональном уровне

3. Цели занятия.

- сформировать представления о социальном и культурном значение законотворчества в сервисе и туризме;
- изучить основные нормативно-правовые акты в сфере туризма и сервиса;
- изучить законодательно-нормативные акты и правила, регулирующие международную стандартизацию и сертификацию в гостиничном бизнесе, с процедурой оформления документов и схемами сертификации гостиничных услуг, средств размещения в России и за рубежом.
- изучить основные определения и характеристики основных понятий в области стандартизации и сертификации гостиничных услуг.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Международно-правовая регламентация услуг гостиничной индустрии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Международные организации, действующие в сфере гостиничного сервиса.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Правовое обеспечение на межнациональном уровне

Текст лекции.

Важное значение для эффективного правового регулирования туризма имеет международный правовой опыт. При этом международное правовое регулирование связано не только с международным туризмом; оно оказывает существенное влияние на национальное законодательство в данной области.

Общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации являются составной частью ее правовой системы. Если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем предусмотренные законом, то применяются правила международного договора (ч. 4 ст. 15 Конституции РФ).

Можно выделить две основные группы международных правовых актов в сфере туризма: акты, затрагивающие интересы стран СНГ; акты, затрагивающие интересы иных иностранных государств.

Прежде чем перейти к анализу международных правовых актов в сфере туризма, охарактеризуем роль и место Всемирной туристской организации (ВТО) в международном правовом регулировании туризма.

ВТО является специализированной организацией в системе ООН, созданной в 1975 г., и играет решающую роль в пропаганде и развитии ответственного, устойчивого и общедоступного туризма, призванного способствовать экономическому развитию, международному взаимопониманию, миру, благосостоянию, а также взаимному уважению, безусловному соблюдению гражданских прав и основных свобод. Выполняя эту миссию, ВТО уделяет особое внимание интересам развивающихся стран в сфере туризма.

Всемирная туристская организация имеет следующую структуру:

- Генеральная ассамблея - высший орган;
- Исполнительный совет - руководящий орган;
- региональные комиссии;
- комитеты;
- секретариат1.

Российская Федерация является членом ВТО как правопреемник бывшего СССР, состоявшего в ВТО с момента ее образования.

За время деятельности международных организаций был принят ряд важнейших документов по вопросам туризма; основные из них:

- Манильская декларация по мировому туризму;
- Гаагская декларация по туризму;
- Глобальный этический кодекс туризма;
- Хартия туризма и ее раздел «Кодекс туризма»;
- Осакская декларация по туризму;
- Осакская декларация тысячелетия.

Манильская декларация по мировому туризму была принята всемирной конференцией по туризму, проходившей в Маниле (Филиппины) в 1980 г. Декларация определила место

туризма в современном обществе. В частности, туризм понимается как деятельность, имеющая важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую сферы жизни государств и международных отношений.

В данном акте подчеркивается неразрывная связь между туризмом и правами граждан на отдых, отпуск и свободные передвижения. Учитывая широкое распространение этих прав как прямого следствия права на труд, правительства и общество должны переосмыслить понятие туризма и предоставлять гражданам реальные возможности доступа к туризму.

В декларации рассматривается экономическая составляющая туризма. Он признается одной из основных отраслей мировой экономической деятельности. Развитие внутреннего туризма положительно сказывается на внутренней экономике страны, поскольку балансирует ее, что должно способствовать деятельности государств по поощрению соответствующих капиталовложений.

Однако участники конференции отметили, что туризм нельзя оценивать только с экономической точки зрения. Важное значение в сфере туризма имеют чувство принадлежности к какой-либо культуре и народу, солидарность с соотечественниками, возможность гражданина реализовать свое право на отпуск, ознакомиться с тем, что его окружает, укрепить национальное сознание.

Декларация устанавливает приоритет духовных ценностей в туристической сфере, к которым относятся:

1) полное и гармоничное развитие человеческой личности;

2) постоянно возрастающий познавательный и воспитательный вклад;

3) равные права народов в определении своей судьбы;

4) освобождение человека (как право на уважение его достоинства и индивидуальности);

5) признание самобытности культур и уважение моральных ценностей народов.

Особое внимание уделяется социальному туризму, рассматриваемому как цель, к которой должно стремиться общество, путем поддержки молодежного туризма, туризма лиц преклонного возраста и инвалидов.

В указанной декларации отмечено, что туризм имеет влияние на сферу занятости в государствах, поскольку способствует созданию новых рабочих мест.

В документе также отмечается международное значение туризма как фактора, содействующему взаимопониманию между народами.

Гаагская декларация по туризму принята Межпарламентской конференцией по туризму, проведенной в Гааге (Нидерланды) в 1989 г. Содержание декларации сводится к закреплению 10 основных принципов, которые необходимо соблюдать всем участникам отношений в сфере туризма. В каждом принципе закрепляются основополагающий тезис и рекомендации по его реализации:

Первый принцип содержит определение туризма, под которым понимаются не только все свободные перемещения людей, но и сфера услуг, созданная для удовлетворения потребностей, возникающих в результате этих перемещений. Здесь же определяется значение туризма для жизни человека и общества.

Второй принцип посвящен социально-экономической составляющей туризма: «Туризм может быть эффективным средством содействия социально-экономическому росту всех стран». Подчеркивается, что условием этого является приемлемый уровень самообеспечения туристской сферы, при котором страна не должна тратить больше того, что она надеется получить от туризма.

Третий принцип закрепляет необходимость охраны окружающей природной среды и иных туристских ресурсов.

Четвертый принцип содержит определение иностранного туриста.

Пятый принцип говорит о возможности разумного ограничения прав человека на отдых и свободное время только в случаях, предусмотренных законом.

Шестой принцип посвящен вопросам упрощения туристских формальностей.

Седьмой и восьмой принципы затрагивают взаимосвязанные проблемы безопасности в туризме и угрозы терроризма.

Девятый принцип определяет, что качество туристских услуг зависит от уровня образования не только специалистов в сфере туризма, но и общества в целом.

Десятый принцип закрепляет основные составляющие взаимодействия между туризмом и публичными властями, которые выражаются в особом внимании, необходимом сфере туризма со стороны государства, наделении туристских администраций расширенными полномочиями, а также в проведении адекватной национальной политики и международного сотрудничества.

Глобальный этический кодекс туризма принят в Сантьяго (Чили) в 1999 г. на 13 сессии Генеральной ассамблеи ВТО.

В кодексе освещаются следующие вопросы в сфере туризма: вклад туризма во взаимопонимание и взаимоуважение людей и сообществ; обязанности профессионалов туристического бизнеса; право на туризм; свобода туристских перемещений; права работников и предпринимателей в туриндустрии.

Туризм рассматривается как двигатель индивидуальной и коллективной самореализации; фактор устойчивого развития; пользователь и творец культурного наследия; полезная активность для принимающих стран и сообществ.

Хартия туризма одобрена в 1985 г. на 6 сессии Генеральной ассамблеи ВТО. Фактически документ содержит рекомендации по деятельности нескольких субъектов туристической сферы: государства, представителей местного населения туристских районов, работников в сфере туризма и самих туристов. Рекомендации для последних содержатся в специальном разделе (Кодекс туриста).

Поскольку право на отдых признается во всем мире, государствам следует разрабатывать и проводить политику внутреннего и международного туризма, включающую в себя:

- развитие туризма на различных уровнях - местном, региональном, национальном и международном;
- обеспечение доступности туризма;
- защиту туристской среды;
- содействие росту туристского сознания и контактам местного населения с посетителями;
- обеспечение свободы передвижения, отсутствия какой-либо дискриминации и безопасности туристов;
- создание условий для беспрепятственного доступа туристов к службам здравоохранения, административным и юридическим службам;
- принятие мер по противодействию использования туризма для эксплуатации других в целях проституции и распространения наркотиков.

При этом местное население само должно иметь возможность доступа к туристским ресурсам. Оно также вправе ожидать понимания и уважения к своим обычаям, религиям и прочим сторонам своей культуры, что должно обеспечиваться распространением

соответствующей информации среди туристов. Местное население также должно принимать туристов «с лучшим гостеприимством».

Работники в сфере туризма, от которых зависит качество туристского продукта, также вправе рассчитывать на содействие со стороны государства, выражающееся в создании благоприятных условий их деятельности, обеспечении возможности профессиональной подготовки, сотрудничества между собой и с публичными властями.

Кодекс туриста закрепляет основные права и обязанности туристов. Туристы должны способствовать взаимопониманию между народами; проявлять уважение к укладу жизни и законодательству стран пребывания; с пониманием относиться к обычаям, верованиям и поступкам местного населения; воздерживаться от подчеркивания различий, существующих между ними и местным населением; быть восприимчивыми к культуре местного населения; препятствовать эксплуатации кого-либо в целях проституции и распространению наркотиков. Туристы имеют право на: смягчение административного и финансового контроля; возможно лучшие условия на транспорте; свободный доступ к районам туристского интереса; надлежащую информацию об условиях путешествия; личную безопасность и безопасность своего имущества; возможность пользоваться средствами общественной гигиены и предоставления информации по предупреждению распространения инфекционных заболеваний; доступ к средствам связи и административным и юридическим процедурам; возможность исповедания своей религии; обращение в законодательные органы и общественные организации для наилучшего осуществления права на отдых.

Осакская декларация по туризму принята в 1994 г. Всемирной конференцией министров по туризму в Осаке (Япония). Декларация посвящена росту и значению международного туризма, развитию индустрии туризма, воздействию международного туризма на общество и окружающую среду, соотношению международного туризма и мира на земле, а также роли правительств и международных организаций в сфере туризма.

Осакская декларация тысячелетия принята в 2001 г. на Конференции лидеров туризма тысячелетия, которая прошла в Осаке (Япония). В данном документе констатируются достижения сферы туризма к началу XXI в., а также поднимаются проблемы развития рынка международного туризма, сохранения культурного наследия на основе туризма, внедрения в туристическую сферу современных информационных технологий.

Существует ряд документов, посвященных отдельным аспектам туризма, например:

- Заявление ВТО в области предотвращения организованного секс-туризма (Мадрид (Испания) и Сент Винсент, Балле-д’Аоста (Италия), 1995 г.);

- Документы Международной конференции по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях (Эстерсунд (Швеция), 1995 г.);

- Монреальская декларация, принятая Генеральной ассамблеей Международного бюро социального туризма (Монреаль (Канада), 1996 г.), посвященная вопросам социального туризма;

- Материалы Мадридского семинара ВТО по вопросам подготовки кадров для сферы туризма (Мадрид (Испания), 2000 г.).

Международные договоры в области туризма можно классифицировать на: многосторонние международные договоры в сфере туризма и путешествий (например, Шенгенские соглашения Европейского союза «О едином визовом и туристском пространстве»); двусторонние договоры в туризме2.

Наиболее эффективным и перспективным признается многостороннее сотрудничество государств по правовому регулированию международной туристской деятельности;

двустороннее же - не обладает такой характеристикой. «При этом в силу регионального/субрегионального характера процессов интеграции, культурной общности, расположения туристских ресурсов наиболее адекватное регулирование присуще этому уровню межгосударственного взаимодействия»3.

Тем не менее практика двустороннего регулирования отношений в области туризма активно развивается. Следуя рекомендациям и развивая положения международных актов, Российская Федерация (СССР) заключила более 50 соглашений с иностранными государствами в сфере туризма. Эти соглашения можно разделить на договоры 0 сотрудничестве в социальной сфере, в том числе туристской, и договоры, посвященные исключительно вопросам туризма.

Необходимо подчеркнуть, что и в случае, когда договор о сотрудничестве между Российской Федерацией и иностранным государством направлен на регулирование только туристских отношений, он имеет достаточно общий характер, устанавливая лишь определенные рамки для дальнейшего взаимодействия.

В качестве примера проанализируем Соглашение между Правительством РФ и Правительством Республики Болгарии о сотрудничестве в сфере туризма4. В соответствии с данным соглашением стороны:

- стремятся к упрощению формальностей, связанных с туристским обменом между Российской Федерацией и Республикой Болгарией;

- содействуют как организованному групповому, так и индивидуальному туризму, а также обмену специализированными туристскими группами, в том числе с целью посещения симпозиумов и конгрессов по вопросам туризма;

- поддерживают обмен между государственными органами управления туризмом статистической и другой информацией в области туризма, включая информацию о законодательных и иных нормативных актах государств, регулирующих туристскую деятельность, а также об опыте управления гостиницами и иными средствами размещения туристов;

- содействуют участию российских и болгарских туристских организаций в международных туристских выставках, проводимых при поддержке своих государственных органов управления туризмом, и т.д.

В соответствии с решением глав правительств Содружества Независимых Государств в сентябре 1994 г. образован Совет по туризму стран СНГ. Основными актами о сотрудничестве государств - участников СНГ в области туризма являются:

- Межправительственное соглашение от 23 декабря 1993 г. «О сотрудничестве в области туризма»;

- Рекомендательный законодательный акт Межпарламентской ассамблеи государств - участников СНГ от 29 октября 1994 г. «Об основных принципах сотрудничества государств - участников СНГ в области туризма»;

- Межгосударственная целевая программа от 14 февраля 1996 г. «Развитие туристских связей между государствами - участниками СНГ» (концепция). Анализируя проводимую политику сотрудничества государств - участников СНГ, принятые международные правовые акты в области туризма, А.В. Стригулина делает вывод о недостатках развития правовой базы в туристической сфере, относят к ним следующие:

а) положения о целях и задачах, направлениях деятельности основополагающих международных правовых актов недостаточно конкретизированы;

б) немало формулировок соглашений носят необязательный характер («будут стремиться», «будут способствовать» и т.п.);

в) отсутствует единообразно понимаемое определение некоторых понятий и явлений, используемых в сфере международного туризма, или наблюдается их не совсем обоснованное применение в принятых документах и соглашениях СНГ.

Среди причин, которые затрудняют процесс образования единого туристского пространства, автор также называет нестабильность политической ситуации, различный уровень развития экономик стран - участниц СНГ, невыполнение интеграционных соглашений и др.

Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/sokolova.htm?ysclid=lh25tmp7lr911131909

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Развитие общества на современном этапе. Приоритеты безопасности.
2. Сближение и гармонизация законодательств о туризме различных государств.
3. Международные туристские организации. Их роль в правовом регулировании глобального туристского рынка.
4. Международно-правовые формы координации деятельности государств, в сфере туризма и путешествий.
5. Соглашения различного уровня, договора двусторонние и многосторонние в сфере культуры, сервиса и туризма.

1. Учебная дисциплина. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Актуальные вопросы в практике российской и международной стандартизации гостиничных услуг

Тема 2.1. Российские и международные организации разрабатывающие стандарты

3. Цели занятия.

- сформировать представления о социальном и культурном значение законотворчества в сервисе и туризме;
- изучить основные нормативно-правовые акты в сфере туризма и сервиса;
- изучить законодательно-нормативные акты и правила, регулирующие международную стандартизацию и сертификацию в гостиничном бизнесе, с процедурой оформления документов и схемами сертификации гостиничных услуг, средств размещения в России и за рубежом.
- изучить основные определения и характеристики основных понятий в области стандартизации и сертификации гостиничных услуг.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Международная организация по стандартизации. Структура ИСО..	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Порядок разработки международных стандартов	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Правовые основы сертификации туристских услуг и услуг гостиниц.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Российские и международные организации разрабатывающие стандарты

Текст лекции.

Углубление и расширение международного сотрудничества во всех областях человеческой деятельности обеспечило перевод работ по международной стандартизации на более высокий уровень. При этом качественно новый этап в области стандартизации на многосторонней основе характеризуется заметным количественным, структурным и функциональным ростом. Сегодня из 4,5 тысячи всех международных организаций рассмотрением вопросов, связанных со стандартизацией, занимаются более 400.

International Standards Organization — iso

Начало международного сотрудничества в области стандартизации относится к 1921 г. В 1946 г. под эгидой ООН была создана Международная организация по стандартизации (ИСО) (International Standards Organization — ISO) — неправительственная организация, осуществляющая разработку международных стандартов и международное сотрудничество в области стандартизации со штаб-квартирой в Лондоне. В работе ИСО участвует более 120 стран. Главная цель ИСО — содействие развитию стандартизации в мировом масштабе для упрощения международного товарообмена и взаимопомощи, а также для расширения сотрудничества в сфере интеллектуальной, научно-технической и экономической деятельности.

В круг компетенции ИСО входят:

- принятие мер, направленных на упрощение, совершенствование методов согласования стандартов во всех областях их применения в мировом масштабе;
- разработка, принятие международных стандартов, их информационное обеспечение;
- организация внутренних информационных потоков;
- налаживание сотрудничества с другими международ-ными организациями для совместного решения смежных вопросов.

Высшим органом ИСО является Генеральная ассамблея. В период между сессиями Генеральной ассамблеи деятельностью организации руководит Совет во главе с президентом ИСО. Рассмотрением и подготовкой решений по конкретным вопросам занимаются

постоянные и временные комитеты Совета. При Совете создано дополнительное бюро, которое руководит техническими комитетами ИСО. Проекты международных стандартов разрабатываются непосредственно рабочими группами, действующими в рамках технических комитетов.

Технические комитеты (тк)

Технические комитеты (ТК) подразделяются на общетехнические и комитеты, работающие в конкретных областях техники. Общетехнические ТК (в ИСО их насчитывается 26) решают общетехнические и межотраслевые задачи. К ним, например, относятся: ТК 12 «Единицы измерений», ТК 19 «Предпочтительные числа», ТК 37 «Терминология». Остальные ТК (около 140) действуют в конкретных областях техники (ТК 22 «Автомобили», ТК 39 «Станки» и др.). Технические комитеты, деятельность которых охватывает целую отрасль (химия, авиационная и космическая техника и др.), организуют подкомитеты (ПК) и рабочие группы (РГ).

В зависимости от степени заинтересованности каждый член ИСО определяет статус своего участия в работе каждого ТК. Членство может быть активным и в качестве наблюдателей. Проект международного стандарта (МС) считается принятым, если он одобрен большинством (75%) активных членов ТК.

В последнее время во всех развитых странах концентрируются усилия по разработке и внедрению на предприятиях современных систем качества. В ряде стран Западной Европы и в США введены национальные стандарты, определяющие параметры этих систем. В 1979 г. создан ТК 176 «Системы обеспечения качества», в задачи которого входят стандартизация и гармонизация основополагающих принципов систем обеспечения качества. В 1987 г. была опубликована первая версия четырех стандартов ИСО серии 9000, направленных на единообразный подход к решению вопросов качества продукции на предприятиях. Стандарты ИСО серии 9000 приняты в качестве национальных в различных модификациях в более чем 100 странах мира. Например, в США они известны с обозначением ANST/ASQC 090, в Японии - JIS 9000, в Англии — BS 5750, в Дании - DS/EN 29000, в Германии - DIN/ISO 9000, во Франции — NF X50.121. Во всех случаях содержание стандартов почти аналогично, и все они включают требования к системе качества компании как основное условие для достижения стабильного качества выпускаемой продукции.

Другие органы Совета ИСО

Другими органами Совета ИСО являются Техническое бюро и шесть комитетов СТАКО, ПЛАКО, КАСКО, ДЕФКО, КОПОЛКО и РЕМКО.

СТАКО оказывает методическую и информационную помощь Совету ИСО по принципам и методике разработки международных стандартов.

Он проводит изучение основополагающих принципов стандартизации и подготовку рекомендаций по достижению оптимальных результатов в данной области. СТАКО занимается также терминологией и организацией семинаров по применению международных стандартов для развития торговли. ПЛАКО подготавливает предложения по планированию работы ИСО, организации и координации технических сторон работы.

КАСКО занимается вопросами подтверждения соответствия продукции, услуг, процессов и систем качества требованиям стандартов, компетентности испытательных лабораторий и органов по сертификации. Важная область работы КАСКО - содействие взаимному признанию и принятию национальных и региональных систем сертификации, а также использованию международных стандартов в области испытаний и подтверждения соответствия.

ДЕВКО изучает запросы развивающихся стран в области стандартизации и разрабатывает рекомендации по содействию этим странам в данной области.

КОПОЛКО изучает вопросы обеспечения интересов потребителей и возможности содействия этому через стандартизацию, а также доведения до них необходимой информации о международных стандартах. Большую роль в этом играют издаваемые им руководства: "Сравнительные испытания потребительских товаров", "Информация о товарах для потребителей", "Разработка стандартных методов измерения эксплуатационных характеристик потребительских товаров" и др.

В задачи КОПОЛКО входит:

- изучение путей содействия потребителям в получении максимального эффекта от стандартизации продукции, а также установление мер, которые необходимо предпринять для более широкого участия потребителей в национальной и международной стандартизации;

- выработка с позиции стандартизации рекомендаций, направленных на обеспечение информацией потребителей, защиту их интересов, а также программ их обучения по вопросам стандартизации;

- обобщение опыта участия потребителей в работах по стандартизации, применению стандартов на потребительские товары, по другим вопросам стандартизации, представляющим интерес для потребителей.

РЕМКО занимается разработкой руководств по вопросам, касающимся стандартных образцов (эталонов). Кроме того, РЕМКО является координатором деятельности ИСО по стандартным образцам с международными метрологическими организациями, в частности, с МОЗМ -- Международной организацией законодательной метрологии.

Проекты международных стандартов разрабатываются в технических комитетах. Технические комитеты (ТК) подразделяются на общетехнические и комитеты, работающие в конкретных областях техники. В рамках ТК работают подкомитеты (ПК) и рабочие группы (РГ).

Значительными достижениями ИСО являются: разработка международной системы единиц измерения; принятие метрической системы резьбы; принятие системы стандартных размеров и конструкций контейнеров для перевозки грузов всеми видами транспорта. Очень актуальна в настоящее время работа ТК 176 “Системы обеспечения качества”, К ним относятся стандарты серии ИСО 9000.

Международные стандарты ИСО не являются обязательными, т. е. каждая страна вправе применять их целиком, частично или вообще не применять. Однако страны, стремящиеся поддерживать конкурентоспособность своей продукции на мировом рынке, вынуждены применять эти стандарты. Поэтому некоторые страны стремятся не создавать свои национальные стандарты на объекты стандартизации, на которые действуют соответствующие международные стандарты.

Источник: https://studfile.net/preview/4085773/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Совершенствование правового обеспечения деятельности в туристской индустрии в Российской федерации.
2. Особенности правового обеспечения СКС на региональном уровне.
3. Нормативные акты, регулирующие туристскую деятельность в Алтайском крае.
4. Региональные туристские администрации, их функции.
5. Правовое регулирование туризма на муниципальном уровне.

6. Договор оказания услуг: содержание, порядок заключения, расторжения, обязательные положения.
7. Разработка и внедрение внутренних правовых документов, регламентирующих работу туристической фирмы.
8. Организация турфирмы. Государственная регистрация организации работающей в сфере туристской индустрии

1. Учебная дисциплина. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Актуальные вопросы в практике российской и международной стандартизации гостиничных услуг

Тема 2.2. Актуальные области сертификации

3. Цели занятия.

- сформировать представления о социальном и культурном значение законотворчества в сервисе и туризме;
- изучить основные нормативно-правовые акты в сфере туризма и сервиса;
- изучить законодательно-нормативные акты и правила, регулирующие международную стандартизацию и сертификацию в гостиничном бизнесе, с процедурой оформления документов и схемами сертификации гостиничных услуг, средств размещения в России и за рубежом.
- изучить основные определения и характеристики основных понятий в области стандартизации и сертификации гостиничных услуг.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Международная стандартизация. Гармонизация стандартов.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Качество в индустрии туризма и гостеприимства: нормативно-правовой аспект	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Актуальные области сертификации

Текст лекции.

Области применения сертификации

Сертификация подразделяется на обязательную (законодательно регулируемую) и добровольную форму сертификации.

Обязательная сертификация распространяется на процессы, продукцию и услуги связанные с необходимостью обеспечения безопасности жизни, здоровья имущества и охраны среды.

Объекты обязательной сертификации

товары машиностроительного производства

товары электротехнического и электронного приборостроения

медицинская техника (приборы, средства, инструменты)

товары сельскохозяйственного производства и пищевой промышленности

товары легкой промышленности

товары сырьевых отраслей и деревообработки

средства индивидуальной защиты органов дыхания

упаковочная и перегрузочная тара

изделия пиротехники

ветеринарно-биологические препараты

Услуги: бытовые, пассажирского характера, связи, туристические и экскурсионные, торговли, общественного питания.

Объекты добровольной сертификации

Продукция производственно – технического характера и социально бытового направления

Услуги: материальные и нематериальные, система качества, персонала.

Добровольная сертификация направлена на привлечение клиента путем демонстрации производства высокого качества товаров.

В Росси принято проводить добровольную сертификацию систем качества на соответствии стандарту ГОСТ ИСО – 9001 – 2001 «Система менеджмента качества. Требования»

В декабре 1995г в государственном реестре РФ была зарегистрирована система сертификации систем качества и производства, так называемый «Регистр систем качества».

Регистр представляет собой систему сертификации, построенную на законе РФ «о техническом регулировании», правилах по сертификации, в ГОСТах, международных и европейских правилах и процедурах. С помощью регистра осуществляют сертификацию систем качества, инспекционный контроль за сертификационной системой качества и акты взаимного признания.

Для организации практической деятельности федеральное агентство по техническому регулированию ввел стандарт ГОСТ Р 40.001 – 95 «правило по проведению сертификации систем качества в РФ». Соблюдение этих правил является обязательным условием регистрации в государственном реестре.

Основные принципы организации работ по сертификации

При сертификации должны быть обеспечены

1 добровольность сертификации обеспечивается тем, что сертификация осуществляется по письменному заявлению заинтересованной стороной

2 бездискриминационность доступа и участие в процессах сертификации обеспечивается путем приема и обоснованным отказом заявителю о приеме заявления.

3 объективность оценок обеспечивается независимостью органов по сертификации и привлечением экспертов незаинтересованных в результатах оценки. Эксперт должен быть

аттестован и зарегистрирован в реестре данной системы сертификации. В составе комиссии должен быть специалист по проверяемому виду деятельности.

4 воспроизводимость результатов оценки обеспечивается проведением оценок фактических и учетных для хранения документов органами по сертификации

5 конфиденциальность обеспечивается должностными инструкциями органа по сертификации и договорами между предприятием и органом по сертификацию. Этот принцип может быть нарушен, если условия производства угрожают здоровью имуществу потребителя или представляет экологическую опасность.

6 информативность обеспечивается официальной публикацией информации о сертификационной продукции и организации а реестре федерального агентства по техническому регулированию и метрологии.

7 специализация органов по сертификации продукции, систем качества, услуг и персонала. Устанавливается по областям аккредитованных в соответствии с классификацией по видам технико-экономической деятельности и наличия консультанта (помимо экспертов по сертификации в состав комиссии входит технический эксперт, специализирующийся данной сфере деятельности).

8 проверки, выполнение требований, предъявляемой продукции в законодательно регулируемой сфере. Если есть такие требования, то при сертификации проверяют способность организации обеспечивать их соблюдение

9 достоверность доказательств со стороны заявителя, соответствия системы качества нормативным требованиям. Это устанавливается оценкой соответствия требованиям ГОСТ Р ИСО – 9001 – 2001г.

Источник: https://studfile.net/preview/959345/page:2/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Дайте характеристику французской системе сертификации горнолыжных трасс. Чем она отличается от Швейцарской системы.
2. Что такое должная инструкция. Назовите основные разделы должностной инструкции.
3. Каким образом проходит сертификация горнолыжных трасс в России. Назовите основные законодательные документы, положенные в основу российской сертификации горнолыжных трасс

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Правовое регулирование форм деятельности в гостиничной сфере в России и за рубежом

Тема 1.1. Государственное регулирование и надзор в сфере гостиничной деятельности и предоставления гостиничных услуг в соответствии с требованиями потребителей.

3. Цели занятия.

- сформировать представления о социальном и культурном значение законотворчества в сервисе и туризме;
- изучить основные нормативно-правовые акты в сфере туризма и сервиса;
- изучить законодательно-нормативные акты и правила, регулирующие международную стандартизацию и сертификацию в гостиничном бизнесе, с процедурой оформления документов и схемами сертификации гостиничных услуг, средств размещения в России и за рубежом.
- изучить основные определения и характеристики основных понятий в области стандартизации и сертификации гостиничных услуг.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Организационно-правовые основы управления и надзора за сервисным обслуживанием и предоставлением гостиничных услуг в гостиничных комплексах и на транспорте в Российской Федерации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Административно-правовые и экономические методы регулирования сферы услуг	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Международное сотрудничество в сфере сервисного обслуживания и оказание гостиничных услуг	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Особенности международного права в сфере сервиса и туризма на современном этапе развития человечества. Приоритеты безопасности.
2. Международно-правовые формы координации деятельности государств, в сфере туризма и путешествий.
3. Национальные администрации.
4. Международные конференции юристов специализирующихся на туристском праве. Систематизация и гармонизация норм и принципов международного права по вопросам туризма.
5. Новейшие источники международного туристского права.

1. Учебная дисциплина. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Правовое регулирование форм деятельности в гостиничной сфере в России и за рубежом

Тема 1.2. Правовое обеспечение на межнациональном уровне

3. Цели занятия.

- сформировать представления о социальном и культурном значение законотворчества в сервисе и туризме;
- изучить основные нормативно-правовые акты в сфере туризма и сервиса;
- изучить законодательно-нормативные акты и правила, регулирующие международную стандартизацию и сертификацию в гостиничном бизнесе, с процедурой оформления документов и схемами сертификации гостиничных услуг, средств размещения в России и за рубежом.
- изучить основные определения и характеристики основных понятий в области стандартизации и сертификации гостиничных услуг.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Международно-правовая регламентация услуг гостиничной индустрии.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Международные организации, действующие в сфере гостиничного сервиса.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Трудовой договор (контракт). Условия заключения, изменения, прекращения
2. Туризм в СССР и современной России. Структура и задачи туристских организаций.
3. Туризм организованный и самодеятельный.
4. Туристско-экскурсионное дело в СССР и России.
5. Цели, задачи и направления деятельности туристских организаций в СССР 20-40 гг. 20века.
6. Эстерсундская конференция по безопасности.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: дискуссия
Перечень тем к темам раздела 1:

1. Наиболее популярные виды туризма и отдыха в СССР и России 60-90-х гг.20 в.
2. «Хартия туриста и кодекс туриста» одобренные ассамблеей ВТО 22 сентября 1985 г. Гаагская декларация по туризму.
3. Внутренние источники правового регулирования гостиничного бизнеса.
4. Возникновение новых видов туризма – автомобильного, авиационного, круизного.
5. Всеобщая декларация прав человека, принятая генеральной Ассамблеей ООН 10 ноября 1948 года о праве граждан на свободу перемещения и выбора места пребывания в любой стране мира.
6. Декларация Всемирной конференции министров по туризму, Осака 1994 год.
7. Деятельность первых туристских организаций России по организации путешествий для взрослых и детей.
8. Документ Акапулько. Кадисский межпарламентский форум.
9. Индустриализация туризма.
10. Иностранный туризм в СССР.
11. Классификация видов туризма в XX веке.
12. Классификация видов туризма и особенности их развития на современном этапе.
13. Классификация источников международного права.
14. Мадридский семинар ВТО.
15. Манильская декларация по мировому туризму.
16. Международные договоры и межправительственные соглашения. Двусторонние и многосторонние.
17. Международные конвенции по туризму, регулирующие вопросы гостиничного сервиса, перевозки пассажиров воздушным, автомобильным и морским транспортом.
18. Международные конвенции, регулирующие перемещение туристов и пересечение ими таможенных границ.
19. Международные конференции по регулированию туризма. Основополагающие международные правовые документы в сфере сервиса и туризма.
20. Международные нормативные акты, регулирующие отношения в сфере гостиничного и туристского бизнеса.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

1.Порядок пересечения Государственной границы Российской Федерации при осуществлении выезда из РФ и въезда в РФ регулируется:

Законом РФ «О Государственной границе РФ»;

Законом РФ «О порядке выезда из РФ и въезда в РФ»;

Законами РФ «О Государственной границе РФ» и «О порядке выезда из РФ и въезда в РФ»;

Законом «Об организации международной туристской деятельности».

2.Какой из перечисленных ниже документов не относится к основным документам, удостоверяющими личность гражданина РФ:

дипломатический паспорт;

служебный паспорт;

паспорт моряка;

виза.

3.Срок оформления паспорта не должен превышать трех рабочих дней со дня подачи заявления:

1) в случае подачи заявления об оформлении паспорта по месту пребывания;

2) в случае подачи заявления об оформлении паспорта по месту жительства;

3) при наличии документально подтвержденных обстоятельств, связанных с необходимостью экстренного лечения, тяжелой болезнью или смертью близкого родственника.

4. Выдается ли ленам семьи гражданина РФ, имеющего дипломатический паспорт и командированного за пределы территории РФ в официальное представительство РФ, дипломатический паспорт?

1) да;

2) нет;

3) только супруге.

5. На каком транспорте имеет право въезжать в РФ и выезжать из РФ владелец паспорт моряка:

1) любым видом транспорта в индивидуальном порядке;

2) морские суда;

3) железнодорожные поезда

4) самолеты.

6. Если гражданин РФ направлен на альтернативную службу в армии, имеет ли он право на выезд из РФ:

1) имеет;

2) выезд временно ограничен;

3) выезд ограничен до окончания альтернативной гражданской службы.

7. Какие документы должен иметь несовершеннолетний гражданин РФ при выезде за границу РФ без родителей?

1) паспорт;

2) паспорт и нотариально оформленное согласие родителей на выезд с указанием срока выезда и государства, которое он намерен посетить;

3) паспорт и визу.

8. Кто несет обязанности законных представителей при организованном выезде групп несовершеннолетних граждан РФ за границу РФ:

1) родители;

2) руководители выезжающих групп;

3) тур.фирмы, организовавшие поездку.

9. Какая виза дает право иностранному гражданину пересечь Государственную границу РФ один раз при въезде в РФ и один раз при выезде из РФ:

1) однократная;

2) двукратная;

3) многократная.

10. Обыкновенная частная виза выдается на срок:

1) до трех месяцев;

2) до одного года;

3) до одного месяца.

11. Обыкновенная деловая виза выдается на срок:

1) до трех месяцев;

2) до одного года;

3) до одного месяца.

12. Обыкновенная туристическая виза выдается на срок:

1) до трех месяцев;
2) до одного года;
3) до одного месяца.
13. Обыкновенная учебная виза выдается на срок:
1) до одного года;
2) не более чем на один года;
3) до трех месяцев.
14. Обыкновенная раочая виза выдается на срок:
1) до одного года;
2) не более чем на один год;
3) до трех месяцев.

15. Обыкновенная гуманитарная виза выдается на срок:
1) до одного года;
2) не более чем на один год;
3) до трех месяцев.
16. Транзитная виза выдается на срок:
1) один месяц;
2) до десяти дней;
3) до двух месяцев.
17. Подлежит ли миграционная карта сдача (возврату) в пункте пропуска через Государственную границу РФ при выезде иностранного гражданина или лица без гражданства из РФ:
1) да;
2) нет;
3) если он нарушил правила пересечения границы.
18. Какое количество часов могут находиться без виз иностранные граждане, находящиеся в качестве пассажиров на борту круизных судов, имеющих разрешения на пассажирские перевозки и прибывающих в РФ через морские и речные порты, открытые для международного пассажирского сообщения:
1) 48 часов;
2) 72 часа;
3) 24 часа.
19. Транзитный проезд через территорию РФ осуществляется, как правило,
1) без права на остановку;
2) с правом на остановку;
3) с правом на остановку при уведомлении таможенных органов.
20. Какой минимальный срок действия лицензии установлен ФЗ РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности»:
1) пять лет;
2) шесть лет;
3) десять лет.
21. Какое количество работников (по штатному расписанию) должны иметь высшее, среднее специальное или дополнительное образование в области туризма либо стаж работы в туризме не менее 5 лет для осуществления туроператорской деятельности:
1) 50 %;
2) 60 %
3) 30%.
22. В каком случае плата за проживание в гостинице не взимается:
1) при размещении до расчетного часа (с 0 до 12 часов);
2) при размещении после расчетного часа (с 12 до 12 часов следующего дня);
3) при оплате брони за номер.

23. Бронь за проживание в гостинице аннулируется:

1) при опоздании более чем на сутки;

2) в случае отказа потребителя оплатить бронь;

3) в случае опоздании потребителя.

24. Единым расчетным часом, согласно Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ, считаются:

1) 12 часов текущих суток по местному времени;

2) 12 часов текущих суток по московскому времени;

3) 10 часов текущих суток по местному времени.

25. Услуга «побудка к определенному времени» является:

1) дополнительной оплачиваемой услугой;

2) дополнительной неоплачиваемой услугой;

3) основной услугой.

26. Услуга «доставка в номер корреспонденции по ее получении» является:

1) дополнительной оплачиваемой услугой;

2) дополнительной неоплачиваемой услугой;

3) основной услугой.

27. Является ли обязательным страхование туристов на всех видах транспорта международных сообщений, согласно Указу президента РФ «Об обязательном личном страховании пассажиров»

1) да;

2) нет.

28. После получения страховщиком составленного перевозчиком акта о несчастном случае, страховая выплата по обязательному личному страхованию пассажиров проводится застрахованному лицу не позднее

1) 10 дней;

2) 20 дней;

3) 30 дней.

29. Подтверждением наличия средств для проживания иностранным гражданином при въезде в РФ является:

1) оформленный надлежащим образом договор о турпоездке иностранного гражданина;

2) 1000 долларов;

3) 120 МРОТ

30. В каком случае не требуется подтверждение иностранным гражданином наличия средств для проживания на территории РФ:

1) если иностранный гражданин — беженец;

2) если иностранный гражданин имеет двойное гражданство;

3) если иностранный гражданин имеет паспорт моряка.

31. Положение о медицинском страховании иностранных граждан, временно находящихся в РФ не распространяется на иностранных граждан, проживающих в РФ в общей сложности более …… в календарном году:

1) 365 дней;

2) 183 дней;

3) 200 дней.

32. Согласно Закону «Об основах турдеятельности в РФ» реализация туристского продукта осуществляется на основании:

1) договора;

2) турпутевки;

3) акцепта оферты.

33. Вычеркните — что не относится к существенным условиям договора по реализации турпродукта:

1) сведения о туристе;

2) дата и время начала и окончания путешествия, его продолжительность;

3) непредвиденный рост транспортных тарифов.

34. Вычеркните, что не относится к существенным изменениям обстоятельств договора по реализации турпродукта:

1) ухудшение условий путешествия;

2) резкое изменение курса национальных валют;

3) порядок и сроки предъявления претензий туристов.

35. Федеральный закон «Об основа туристской деятельности в РФ» был принят в

1) 1996 году;

2) 1997 году;

3) 1999 году.

36. Федеральный закон «О порядке выезда из РФ и въезда в РФ» был принят в

1) 1996 году;

2) 1997 году;

3) 1999 году.

37. Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» был принят в

1) 1996 году;

2) 2001 году;

3) 2002 году.

38. Положение о лицензировании туроператорской деятельности было утверждено Постановлением Правительства в

1) 1996 году;

2) 2001 году;

3) 2002 году.

39. Положение о лицензировании турагентской деятельности было утверждено Постановлением Правительства в

1) 1996 году;

2) 2001 году;

3) 2002 году.

40. Положение о лицезировании деятельности по продаже прав на клубный отдых было утверждено Постановлением Правительства в

1) 1996 году;

2) 2001 году;

3) 2002 году.

41. Положение о лицензировании деятельности по организации и содержанию тотализаторов и игорных заведений было утверждено Постановлением Правительства в

1) 1996 году;

2) 2001 году;

3) 2002 году.

42. Постановление Правительства «О специализированных службах по обеспечению безопасности туристов» было принято в

1) 1998 году;

2) 2001 году;

3) 2002 году.

43. ГОСТ 28681.0–90 Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения введен в действие

1) 1 апреля 1991 года;

2) 1 января 1995 года;

3) 1 июля 1994 года.

44. ГОСТ Р 50681–94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг был введен

1) 1 апреля 1991 года;
2) 1 января 1995 года;
3) 1 июля 1994 года.

45. ГОСТ Р 50644–94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов был введен

1) 1 апреля 1991 года;
2) 1 января 1995 года;
3) 1 июля 1994 года.

46. ГОСТ Р 511185–98 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования введен в действие

1) 9 июля 1998 года;
2) 1 июля 2001 года;
3) 21 июня 2003 года.

47. ГОСТ Р 50690–2000 Туристские услуги. Общие требования введен в дейстие

1) 9 июля 1998 года;
2) 1 июля 2001 года;
3) 21 июня 2003 года

48. Положение о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения утверждено приказом Минэкономразвития РФ от

1) 9 июля 1998 года;
2) 1 июля 2001 года;
3) 21 июня 2003 года.

49. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ утверждены Постановлением Правительства в

1) 1997 году;
2) 2000 году;
3) 2015 году.

50. Правила оказания услуг общественного питания утверждены Постановлением Правительства РФ в

1) 1997 году;
2) 2000 году;
3) 2001 году.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Актуальные вопросы в практике российской и международной стандартизации гостиничных услуг

Тема 2.1. Российские и международные организации разрабатывающие стандарты

3. Цели занятия.

- сформировать представления о социальном и культурном значение законотворчества в сервисе и туризме;
- изучить основные нормативно-правовые акты в сфере туризма и сервиса;
- изучить законодательно-нормативные акты и правила, регулирующие международную стандартизацию и сертификацию в гостиничном бизнесе, с процедурой оформления документов и схемами сертификации гостиничных услуг, средств размещения в России и за рубежом.
- изучить основные определения и характеристики основных понятий в области стандартизации и сертификации гостиничных услуг.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Международная организация по стандартизации. Структура ИСО..	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Порядок разработки международных стандартов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Правовые основы сертификации туристских услуг и услуг гостиниц.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Характеристика бизнес-процессов при обслуживании гостя и управления качеством услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

2. Технологии, этапы, принципы разработки стандартов гостеприимства и управления качеством услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

3. Методы разработки и анализа процесса обслуживания. Метод диаграммного проектирования. Метод точек соприкосновения (моментов истины). Метод потребительского сценария. Метод реинжиринга. Метод фотографии рабочего дня.

4. Особенности разработки стандартов в зависимости от ожиданий потребителей (особенностей сегмента).

5. Технологии внедрения стандартов гостеприимства и управления качеством услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. Ошибки, возникающие при разработке и внедрении стандартов гостеприимства и управления качеством услуг предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

1. Учебная дисциплина. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

2.Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 2. Актуальные вопросы в практике российской и международной стандартизации гостиничных услуг

Тема 2.2. Актуальные области сертификации

3. Цели занятия.

- сформировать представления о социальном и культурном значение законотворчества в сервисе и туризме;
- изучить основные нормативно-правовые акты в сфере туризма и сервиса;
- изучить законодательно-нормативные акты и правила, регулирующие международную стандартизацию и сертификацию в гостиничном бизнесе, с процедурой оформления документов и схемами сертификации гостиничных услуг, средств размещения в России и за рубежом.
- изучить основные определения и характеристики основных понятий в области стандартизации и сертификации гостиничных услуг.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Международная стандартизация. Гармонизация стандартов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Качество в индустрии туризма и гостеприимства: нормативно-правовой аспект	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Факторы качества сервиса.

2. Характеристика СОП «Корпоративных правил гостиницы или иного средства размещения». 16. Охарактеризуйте основные положения СОП качества обслуживания для всех сотрудников отеля «Работа с жалобами, претензиями гостя».

3. Охарактеризуйте основные положения СОП для всех сотрудников отеля «Гостеприимство по отношению к гостям».

4. Охарактеризуйте основные положения СОП качества обслуживания для всех сотрудников отеля «Телефонный этикет».

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: устный и/или письменный опрос

План практического занятия

1:Устный опрос по проблемным вопросам:
• Зачем нужны стандарты?
• Какие направления стандартизации?
• Кто разрабатывает стандарты?
• Кто и как внедряет стандарты?
• Можно ли стандартизировать нестандартные ситуации?
• Можно ли использовать чужие стандарты? • Должны ли гости точно знать, чего ожидать до посещения отеля?
• Кто должен контролировать соблюдение стандартов на национальном уровне?
• Каков образец хорошего стандарта?
• Что означает слово «стандарты»?
• Как точно должен описываться каждый стандарт?
• Кто должен определять или создавать международный стандарт?
• Могут ли международные стандарты вытеснять национальные?
• Как определить, у кого стандарт лучше и у кого хуже?
• Каковы цели стандартизации?
2. Подведение итогов занятия. Обсуждение результатов.

План практического занятия 2:
Цель занятия: Развитие профессиональных практических навыков работы с нормативной базой Практические навыки: навыки работы с нормативной базой
Содержание занятия: 1. Обсуждение с обучающимися вопросов:
• Виды средств размещения.
• Общие требования к средствам размещения.
• Общие требования к малым средствам размещения.
• Общие требования к информации, предоставляемой туристам
• Ответственность за непредставление или предоставление неполной и недостоверной • информации.
• Требования к формированию гостиничного продукта/услуг, предназначенных для туристов с ограниченными физическими возможностями.
• Общие требования к обслуживающему персоналу.
• Основные и дополнительные критерии оценки обслуживающего
• персонала средств размещения.
• Общие требования к хостелам.
• Требования к прилегающей территории для хостелов, расположенных в отдельно стоящих зданиях.
• Требования к зданиям, техническому оборудованию и оснащению помещений хостелов.
• Услуги, предоставляемые в хостелах.
2. Проверка знаний Постановления Правительства РФ от 9 октября 2015г. №1085 «ПРАВИЛА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
• Распространяются ли Настоящие Правила деятельности молодежных туристских лагерей, туристских баз, кемпингов, ведомственных общежитий и сдачи внаем для временного проживания меблированных комнат?
• Допускается ли предоставление гостиничных услуг без наличия свидетельства о присвоении гостинице соответствующей категории, предусмотренной системой классификации гостиниц и иных средств размещения, утвержденной Министерством культуры Российской Федерации в Хабаровске? В Челябинске?
• Обозначьте понятие «расчетный час в соответствии с Правилами

• Какую информацию отель обязан довести до сведения потребителя посредством размещения на вывеске, расположенной около входа в гостиницу, или в помещении гостиницы, предназначенном для оформления временного проживания потребителей?
• Какая информация, предусмотренная настоящими Правилами, должна в обязательном порядке располагаться в доступном для посетителей месте и оформлена таким образом, чтобы можно было свободно ознакомиться с ней неограниченному кругу лиц в течение всего рабочего времени гостиницы. В каком случае бронирование считается действительным?
• При предъявлении потребителем каких документов можно заключить договор на проживание?
• Какие сведения должен содержать договор на предоставление гостиничных услуг?
• Вправе ли Отель с учетом местных особенностей и специфики деятельности вправе изменить установленный расчетный час?
• Вправе ли Отель установить предельный срок проживания в гостинице, одинаковый для всех потребителей?
• Вправе ли отель установить почасовую систему оплаты?
• Перечислите перечень услуг, которые отель по просьбе потребителя обязан обеспечить без дополнительной оплаты
• Какая плата устанавливается при размещении потребителя с 0 часов 00 минут до установленного расчетного часа плата?
• При каких условиях потребитель вправе отказаться от исполнения договора?
• При каких условиях отель в одностороннем порядке вправе отказаться от исполнения договора?
• Вправе ли отель требовать от гостя возмещения ущерба в случае утраты или повреждения по его вине имущества гостиницы?
• Какой государственный орган осуществляет контроль. за соблюдением настоящих Правил?
3. Подведение итогов занятия. Обсуждение результатов.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;

– в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;

– знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;

– свободное владение терминологией;

– ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

51. Положение об оформлении приглашения в РФ иностранных граждан и лиц без гражданства утверждено Постановлением Правительства в
1) 1998 году;
2) 1999 году;
3) 2000 году.

52. Положение о подтверждении иностранным гражданином или лицом без гражданства наличия средств для проживания на территории РФ и выезда из РФ или предъявлении гарантии предоставления таких средств при обращении за визой либо в пункте пропуска через государственную границу РФ утверждено Постановлением Правительства в
1) 1998 году;
2) 2000 году;
3) 2003 году.

53. Постановление Правительства РФ «О медицинском страховании иностранных граждан, временно находящихся в РФ, и российских граждан при выезде из РФ» было принято в
1) 1998 году;
2) 2000 году;
3) 2003 году.

54. Положение о медицинском страховании иностранных граждан, временно находящихся в РФ утверждено Постановлением Правительства в
1) 1998 году;
2) 2000 году;
3) 2003 году.

55. Приказ Минздрава РФ «О минимальном перечне медицинских услуг, оказываемых в системе медицинского страхования застрахованным иностранным гражданам, временно находящимся в РФ» был принят в
1) 1999 году;
2) 2000 году;

3) 2003 году.
56. Положение об оказании помощи по страховым случаям гражданам РФ, находящимся на территории иностранного государства утверждено Постановлением Правительства в
1) 1999 году;
2) 1998 году;
3) 2003 году.
57. Указ Президента РФ «Об обязательном личном страховании пассажиров» был принят в
1) 1999 году;
2) 1992 году;
3) 2003 году.
58. Обязательное личное страхование не распространяется на пассажиров:
1) железнодорожного, морского, внутреннего водного и автомобильного транспорта пригородного сообщения;
2) морского и внутреннего водного транспорта;
3) автомобильного транспорта.
59. Обязательное личное страхование не распространяется на пассажиров:
1) железнодорожного, морского, внутреннего водного и автомобильного транспорта;
2) морского и внутреннего водного транспорта внутригородского сообщения и переправ;
3) автомобильного транспорта.
60. Обязательное личное страхование не распространяется на пассажиров:
1) железнодорожного, морского, внутреннего водного и автомобильного транспорта;
2) морского и внутреннего водного транспорта;
3) автомобильного транспорта на городских маршрутах.
61. Согласно Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ в случае задержки выезда потребителя плата за проживание взимается в следующем порядке:
1) не более 6 часов после расчетного часа — почасовая оплата;
2) от 6 до 12 часов после расчетного часа — плата сутки
3) от 12 до 24 часов после расчетного часа — плата за неполные сутки (если нет почасовой оплаты).
62. Согласно Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ в случае задержки выезда потребителя плата за проживание взимается в следующем порядке:
1) не более 6 часов после расчетного часа — посуточная оплата;
2) от 6 до 12 часов после расчетного часа — плата за половину суток;
3) от 12 до 24 часов после расчетного часа — плата за прошедшие сутки (если нет почасовой оплаты).
63. Согласно Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ в случае задержки выезда потребителя плата за проживание взимается в следующем порядке:
1) не более 6 часов после расчетного часа — посуточная оплата;
2) от 6 до 12 часов после расчетного часа — плата за текущие сутки;
3) от 12 до 24 часов после расчетного часа — плата за полные сутки (если нет почасовой оплаты).
64. Вычеркните, что не может составлять коммерческую тайну предприятия:
1) сведения о сущности изобретения, полезной модели или промышленного образца до официальной публикации информации о них;
2) документы о платежеспособности;
3) сведения, составляющие тайну следствия и судопроизводства.
65. Вычеркните, что не может составлять коммерческую тайну предприятия:
1) сведения о численности, составе работающих, их заработной плате и условиях труда, а также о наличии свободных рабочих мест;
2) учредительные документы и Устав;
3) сведения о фактах, событиях и обстоятельствах частной жизни гражданина.
66. Вычеркните, что не может относиться к сведениям конфиденциального характера:

1) служебные сведения, доступ к которым ограничен органами государственной власти в соответствии с ГК РФ;
2) сведения, связанные с коммерческой деятельностью, доступ к которым ограничен в соответствии с ГК РФ;
3) документы об уплате налогов и обязательных платежах.
67. Относятся ли земли пригородных зеленых зон к землям рекреационного назначения
1) да;
2) нет;
3) если это установлено специальным распоряжением Правительства РФ.
68. В какой срок осуществляется государственная регистрация со дня представления документов в регистрирующий орган:
1) не более 5 рабочих дней;
2) не более 10 рабочих дней;
3) не более 15 рабочих дней.
69. В течение какого времени с момента государственной регистрации регистрирующий орган должен выдать заявителю документ, подтверждающий факт внесения записи в соответствующий государственный реестр:
1) не позднее 3-х рабочих дней;
2) не позднее 1 рабочего дня;
3) не позднее 5 календарных дней.
70. Могут ли хозяйственные общества создаваться в форме акционерного общества, общества с ограниченной или с дополнительной ответственностью:
1) да;
2) нет.
71. Формулировка «полное товарищество» с добавлением слов «… и компания» является:
1) фирменным наименованием полного товарищества;
2) наименованием организации;
3) сочетанием слов, используемых организациями для придания имиджа своей компании.
72. Продолжите фразу. Лицо может быть полным товарищем
1) только в одном товариществе на вере;
2) в нескольких товариществах на вере;
3) в нескольких товариществах при условии, что в одном из них лицо является полным товарищем.
73. Внесение вклада вкладчиком товарищества на вере удостоверяется
1) справкой об уставном капитале товарищества на вере;
2) свидетельством об участии, выдаваемым вкладчику товариществом;
3) справкой о доле в складочном капитале.
74. Число участников общества с ограниченной ответственностью должно быть не более:
1) пятидесяти человек;
2) шестидесяти человек;
3) ста человек.
75. Минимальным количеством человек, имеющих право быть участниками общества с ограниченной ответственностью, может быть:
1) 10 человек;
2) 50 человек;
3) 1 человек.
76. Высшим органом управления акционерным обществом является:
1) общее собрание акционеров;
2) общее собрание участников;
3) правление акционерного общества.
77. Какое количество акционеров должно быть в акционерном обществе для создания совета директоров (наблюдательного совета):

1) 60 человек;
2) 100 человек;
3) 50 человек.
78. Передача пая гражданину, не являющемуся членом производственного кооператива:
1) допускается лишь с согласия кооператива;
2) не допускается;
3) допускается в случае смерти владельца пая.
79. Коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество, называется:
1) производственный кооператив;
2) унитарное предприятие;
3) общество с ограниченной ответственностью.
80. Потребительский кооператив относится к
1) коммерческим организациям;
2) некоммерческим организациям;
3) коммандитным товариществам.
81. В форме унитарных предприятий могут быть созданы только
1) государственные и муниципальные предприятия;
2) коммерческие организации;
3) некоммерческие организации.
82. Добровольные объединения граждан, в установленном законом порядке объединившихся на основе общности их интересов для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей, называются:
1) потребительские кооперативы;
2) общественные и религиозные организации;
3) коммерческие организации.
83. Не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующая социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели, называется:
1) учреждение;
2) ассоциация;
3) фонд.
84. Должен ли фонд, согласно Гражданскому кодексу РФ, ежегодно публиковать отчеты об использовании своего имущества:
1) да;
2) нет;
3) если это установлено уставом.
85. Организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемая им полностью или частично, называется:
1) ассоциация;
2) учреждение;
3) фонд.
86. Заключение договора пассажира удостоверяется:
1) билетом;
2) багажной квитанцией;
3) турпутевкой.
87. Требования потребителя об уменьшении цены за выполненную работу (оказанную услугу) подлежат удовлетворению в
1) десятидневный срок со дня предъявления соответствующего требования;
2) двенадцатидневный срок со дня предъявления соответствующего требования;

3) двадцатидневный срок со дня предъявления соответствующего требования.
88. В случае полной или частичной утраты (повреждения) материала, принятого от потребителя, исполнитель обязан в …… срок заменить его однородным материалом аналогичного качества.
1) трехдневный;
2) однодневный;
3) пятидневный.
89. При ситуации банкротства индивидуального предпринимателя задолженность по обязательным платежам в бюджет и во внебюджетные фонды погашается:
1) в первую очередь;
2) во вторую очередь;
3) в четвертую очередь.
90. При ситуации банкротства индивидуального предпринимателя задолженность по расчетам по выплате выходных пособий и оплате труда с лицами, работающими по трудовому договору, производится:
1) в первую очередь;
2) во вторую очередь;
3) в четвертую очередь.
91. При ситуации банкротства индивидуального предпринимателя требования граждан, перед которыми предприниматель несет ответственность за причинение вреда жизни ли здоровью, удовлетворяются:
1) в первую очередь;
2) во вторую очередь;
3) в четвертую очередь.
92. Организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленного имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, называется:
1) юридическое лицо;
2) физическое лицо;
3) предприниматель.
93. Юридические лица, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности, называются:
1) некоммерческие организации;
2) унитарные предприятия;
3) коммерческие организации.
94. Юридические лица, не имеющие извлечение прибыли в качестве цели своей деятельности и не распределяющие полученную прибыль между участниками, называются:
1) некоммерческие организации;
2) унитарные предприятия;
3) коммерческие организации.
95. Продолжите фразу. Учредительный договор юридического лица:
1) заключается;
2) утверждается его учредителями;
3) утверждается регистрационной палатой.
96. Продолжите фразу. Устав юридического лица:
1) заключается;
2) утверждается его учредителями;
3) утверждается регистрационной палатой.
97. Должно ли юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, иметь фирменное наименование:
1) да;
2) нет;

3) если это установлено законом для деятельности, которой занимается организация.
98. Обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, которое представляет интересы юридического лица и осуществляет их защиту, называется:
1) филиал;
2) представительство;
3) структурное подразделение.
99. Обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения и осуществляющее все его функции или их часть, называется:
1) филиал;
2) представительство;
3) структурное подразделение.
100. По договору возмездного оказания услуг исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги (совершить определенные действия или осуществить определенную деятельность), а заказчик обязуется:
1) оплатить эти услуги;
2) принять эти услуги;
3) воспользоваться этими услугам

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Моделирование социально-экономических процессов	
Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. атематические модели и их свойства	Отношение объекта и модели объекта. Приближение модели к объекту. Задачи и цели моделирования. Роль моделирования в управлении. Виды моделей: абстрактные и вещественные. Виды абстрактных моделей: вербальные, ситуационные, имитационные, стохастические, дискретные, непрерывные. Применение моделирования в различных областях науки и техники. Математические модели. Социально-экономические модели. Предположения и гипотезы при составлении моделей. Схема составления моделей.
Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики	Задачи оптимизации: моделирование состава изделий; оптимизация распределения ресурсов в сетевых моделях комплексных работ; оптимизация маршрута изготовления изделия; оптимизация технологий и технологических режимов; построение сводного плана и прогнозирование показателей развития предприятия; оптимизация портфеля заказов и производственной программы; оптимизация календарно-плановых нормативов; оптимизация краткосрочных планов производства. Постановка задачи линейного программирования: найти максимальное (минимальное) значение линейной целевой функции при условиях-ограничениях,

	представленных в виде линейных уравнений или неравенств. Свойства основной задачи линейного программирования и их связь со свойствами выпуклых множеств. Решение задачи линейного программирования геометрическим методом и его этапы.
РАЗДЕЛ 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах	
Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма	Обзор литературы по концепции устойчивого развития туризма и методам его моделирования. Концепция устойчивого развития. Концепция устойчивого развития туризма. Математические модели устойчивого развития туризма. Выбор факторов для моделей устойчивого развития туризма.
Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма	Основными задачами функционирования и развития туристической отрасли, решаемыми применяя математическое моделирование, являются: 1. Экономическая оценка туристических ресурсов; 2. Оценка спроса на рекреацию, то есть с помощью анализа функции спроса определяются ключевые факторы, которые влияют на величину туристского потока; 3. Развитие и размещение рекреационных зон; 4. Моделирование резервирования рекреационных услуг. Для моделирования спроса на рекреацию применяются методы и модели вида: 1. Метод кривых спроса, разработанный в конце 1950 – х годов американским исследователем М. Клаусоном; 2. Гравитационные модели, которые определяют поля туристических потоков и центры их тяготения; 3. Регрессионные модели, которые описывают зависимость туристического спроса от конкретных факторов; 4. Вероятностные методы, основанные на применении статистических распределений.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания.

Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в

нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых

заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Моделирование социально-экономических процессов

Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. Математические модели и их свойства

Вопросы для самоподготовки:

1. Сформулируйте основные определения, относящиеся к графу (граф, дуги, ребра, петли и пр.).
2. Дайте определение понятию «дерево», укажите его особенности.
3. Что такое «матрица инцинденций» и «матрица смежности»?
4. Приведите алгоритм нахождения минимального остова в графе.

Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем состоит суть задачи о нахождении кратчайшего пути в графе?
2. Предмет теории массового обслуживания.
3. Задачи теории массового обслуживания.
4. Процедура обслуживания.
5. Что такое поток событий?

Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах

Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма
Вопросы для самоподготовки:

1. Новые подходы к формированию системы государственного управления в условиях устойчивого развития: российский и зарубежный опыт.
2. Проблемы формирования законодательно-нормативной базы регионального управления в современной России.
3. Анализ современных трендов развития старопромышленных регионов в РФ.
4. Зарубежный опыт управления развитием старопромышленных регионов.
5. Международные и российские нормативные и правовые документы по приграничному сотрудничеству.
6. Анализ эколого-экономических рисков развития приграничных и приморских регионов.
7. Миграционная политика в приграничных регионах: российский и зарубежный опыт.
8. Организационно-правовые основы морской политики и управления портовым хозяйством в приморских регионах РФ.
9. Направления развития морского хозяйства в северных регионах РФ.

Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма
Вопросы для самоподготовки:

1. Приоритеты стратегического управления развитием приграничных и приморских регионов.
1. Сырьевые регионы России: особенности современного развития и управления.
2. Формирование промышленных кластеров в регионах севера. Мегапроекты.
3. Зарубежный опыт управления устойчивым развитием северных территорий.
4. Управление развитием инфраструктуры в регионах России.
5. Корпоративный сектор экономики региона в условиях устойчивого развития: российский и зарубежный опыт.
6. Развитие транспортной системы как фактор повышения мобильности населения.
7. Социальная политика в корпоративном секторе экономики региона: опыт российских корпораций.
8. Зарубежный опыт корпоративной социальной ответственности бизнеса и возможности его применения в РФ.
9. Влияние демографического фактора на региональные показатели бедности и уровня жизни населения.
10. Многоуровневая система государственного управления инновационного развития.
11. Экономические модели, используемые в региональной инновационной политике.
12. Понятие и компоненты эколого-экономической системы региона в условиях устойчивого развития.
13. Эколого-экономическая оптимизация развития регионов. Опыт эколого-экономической оптимизации регионов в США, Канада, странах ЕС, Австралия и др.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Моделирование социально-экономических процессов

Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. Математические модели и их свойства

Иллюстрации:



Источник: https://cf.ppt-online.org/files/slide/7/7R0d5pJMrP9uV3ymFDAZWBwOgjX2c8Yk6ETnhv/slide-1.jpg



Источник: https://cf.ppt-online.org/files/slide/7/7q9x2tHB8pzZ4f1yJgMvaluNbOXGc5QRSmhAEn/slide-13.jpg



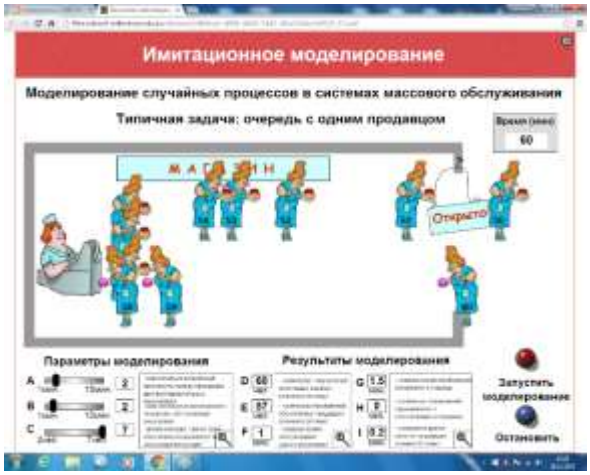
Источник: https://cf.ppt-online.org/files1/slide/i/inZ6TzKrus5X7PHYRgMf4dtEw2NkGjOF8mQ9qA3B0v/slide-10.jpg

Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики

Иллюстрации:



Источник: http://1.bp.blogspot.com/-L8TAQMQF0g8/VTCEzMdgi_I/AAAAAAAAB7c/uWSHE2Cmtmk/s1600/123.jpg



Источник: http://2.bp.blogspot.com/-5Bkbt951b1E/VkxTR-F8JtI/AAAAAAAAADo/EXwRioN0og0/s1600/1.png

Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах

Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма

Иллюстрации:



Источник: https://thepresentation.ru/img/tmb/2/105515/d87f667e285611055d37973463b38c42-800x.jpg



Источник: https://myslide.ru/documents_3/38f052f2c8612d01b1d4135cbeaee270/img11.jpg



Источник: https://pandia.ru/text/82/087/images/img2_197.jpg

Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма
Иллюстрации:

Метод математического моделирования

Модель устойчивого развития предприятия туристского комплекса (равенство совокупного спроса и совокупного предложения), по Макаровой Н.А., 2012 г.

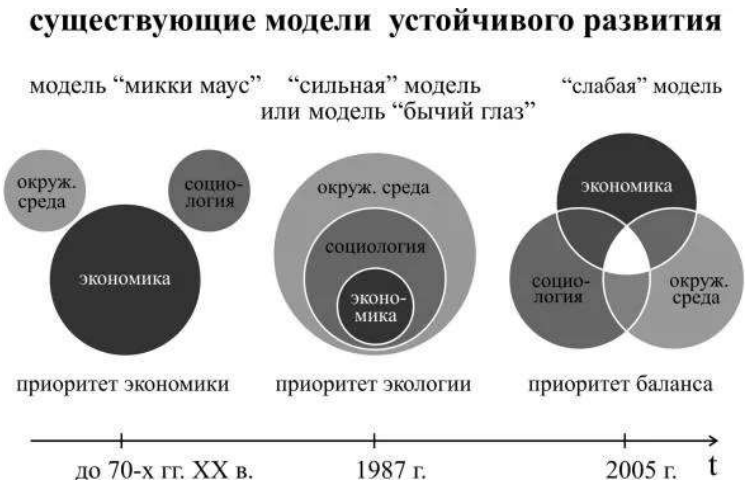
$$Y_{\Sigma}^{D} = Y_{\Sigma}^{S}, \quad (3)$$

где

$$Y_{\Sigma}^{D} = \sum N_i \times P_i = \sum (k_1 \times N_1 \times P_1 + k_2 \times N_2 \times P_2 + \ldots + k_1 \times N_i \times P_i)$$

$$Y_{\Sigma}^{S} = \sum Y_1^x \times P_x \times \delta = \sum_{1}^{x} (\delta \times y_1 \times P_1 + \delta \times y_2 \times P_2 + \ldots + \delta \times y_x \times P_x)$$

N_i – количество туристских услуг "i" вида;
P_i – цена туристской услуги "i" вида;
Y_{Σ}^{D} – совокупный спрос на туристские услуги;
$k_{i,j}$ – коэффициент качества запрашиваемой туристской услуги;
Y_{Σ}^{S} – совокупное предложение туристской услуги;
x – вид предлагаемых услуг;
P_x – стоимость предлагаемой услуги "x" вида;
y_x - количество предлагаемых услуг вида "x";
δ – коэффициент качества (комфортность) предлагаемой услуги вида "x".



Источник: http://histpol.pl.ua/img/pages/9059-075.jpg

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны

распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм,

левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Моделирование социально-экономических процессов

Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. Математические модели и их свойства.

3. Цели занятия.

- изучить основные понятий современной теории с точки зрения возможности моделирования социально-экономических процессов;
- ознакомить обучающихся с основными проблемами принятия социально-экономических решений;
- ознакомление с основными типами математических моделей и методов, использующихся в социально-экономической области;
- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- ознакомление с формальным аппаратом математических моделей.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Сущность, виды и функции моделей.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Вещественные и абстрактные модели.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Математические модели и их свойства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. Математические модели и их свойства

Текст лекции.

В широком смысле моделирование — многоплановый метод исследования, один из путей познания. Оно предполагает исследование реально существующих предметов, явлений, социальных процессов, органических и неорганических систем. А это значит, что сферы применения моделирования, по существу, неограничены. Им охватываются все процессы. Но это вовсе не означает, что моделирование является единственным и исчерпывающим методом познания, хотя моделирование присуще всякому познавательному процессу.

Моделирование — это специфическое многофункциональное исследование. Его главная задача — воспроизвести на основании сходства с существующим объектом другой, заменяющий его объект (модель). Модель — это аналог оригинала. Она должна иметь сходство с оригиналом, но не повторять его, так как при этом само моделирование теряет смысл. Недопустимо и произвольное моделирование; в этом случае оно не дает должного представления об оригинале модели и также не выполняет своей функции.

Общество не может разумно развиваться, не анализируя себя, различные стороны своей деятельности, не контролируя себя, не заглядывая вперед. Но для того чтобы этот анализ был эффективным, он должен опираться на точные, объективные данные, т. е. необходима информационная база, социальная информация. Совокупность проблем, поддающаяся количественному анализу, может быть формализована, выражена языком цифр и обработана на ЭВМ с помощью математического моделирования. Но далеко не все процессы общества поддаются количественному измерению и контролю. Социальные отношения отличаются исключительной сложностью, в них взаимодействуют самые различные факторы, взаимовлияние которых друг на друга неоднозначно, вариативно; причинно-следственные связи, их интенсивность и характер подвижны и неопределенны.

К тому же следует учитывать, что все социальные процессы осуществляются людьми, а поступки, мысли, чувства людей не могут иметь числового отображения. Отсюда — объективно необходимыми становятся различные методы анализа качественного содержания процессов в социальной сфере.

А значит, необходимы и самые различные модели, функциями которых являются:

углубление познания действующих систем, объектов; определение основных параметров, путей дальнейшего их совершенствования;

проведение сравнительного анализа оригинала и модели, выявление качественных характеристик.

Моделирование выполняет и важные эвристические функции: выявляет негативные тенденции, определяет позитивные пути решения проблем, предлагает альтернативные варианты. Моделирование выступает, таким образом, в единстве с прогнозированием, являясь его составной частью.

Условно можно выделить несколько видов (типов) моделей: познавательные, эвристические; модели будущего — прогностические; модели желаемого, заданного состояния. Однако моделирование сложных социальных проблем сочетает в себе все три типа моделей и основные их функции: эвристические, прогностические, прагматические. Многое зависит от цели и способа моделирования, объекта, имеющейся информации, владения методикой, уровня компетентности исследователя.

Цели моделирования. Учитывая остроту и сложность социальных поцессов, моделирование преследует следующие цели.

С одной стороны —отобразить состояние проблемы на данный, момент; выявить наиболее острые «критические» моменты, «узлы» противоречий; с другой стороны — определить тенденции развития и те факторы, влияние которых может скорректировать нежелательное развитие;

активизировать деятельность государственных общественных и иных организаций и лиц в поисках оптимальных вариантов разрешения социальных задач.

Каким требованиям должна отвечать модель. Целесообразно выделить две группы требований.

Во-первых, модель должна:

быть более простой, более удобной;

давать новую информацию об объекте;

способствовать усовершенствованию самого объекта.

Во-вторых, модель должна способствовать:

определению или улучшению характеристик объекта;

рационализации способов построения его;

управлению или познанию объекта.

Следовательно, правомерно при разработке модели говорить об ее подобии объекту-оригиналу, при котором, с одной стороны, соблюдается жесткая целенаправленность, увязка ее параметров с ожидаемыми результатами, а с другой — обеспечивается достаточная «свобода» модели, для того чтобы она была способной к преобразованию в зависимости от конкретных условий и обстоятельств, могла быть альтернативной, иметь в запасе наибольшее число вариантов.

В целом модель должна соответствовать следующим требованиям.

1. Модель должна удовлетворять требованиям полноты, адекватности и эволюционности. Она должна обеспечивать возможность включения достаточно широкого диапазона изменений, добавлений, чтобы было возможно последовательное приближение к модели, удовлетворяющей исследователя по точности воспроизведения социального объекта, явления, процесса.

2. Модель должна быть достаточно абстрактной, чтобы допускать варьирование большим числом переменных, но не настолько абстрактной, чтобы возникали сомнения в надежности и практической полезности полученных на ней результатов.

3. Модель должна удовлетворять условиям, ограничивающим время решения задачи.

4. Модель должна ориентироваться на реализацию с помощью существующих возможностей, т. е. быть осуществимой на данном уровне развития общества.

5. Модель должна обеспечивать получение новой полезной информации о социальном объекте (явлении, процессе) в плане поставленной задачи исследования.

6. Модель должна строиться с использованием установившейся терминологии.

7. Модель должна предусматривать возможность проверки ее истинности, полноты соответствия ее изучаемому социальному объекту, явлению, процессу.

В научной литературе довольно подробно описаны основные принципы процесса разработки моделей сложных объектов и явлений, которые вполне могут быть применимы в социальном моделировании: компромисс между ожидаемой точностью результатов моделирования и сложностью модели, баланс точностей, достаточное разнообразие элементов модели, наглядность модели, блочное представление модели, специализация моделей и др.

Различают модели материальные и идеальные. Модель является одновременно и средством, и объектом исследования, заменяющим оригинал.

Моделирование применяется тогда, когда сам объект исследования (в силу территориальной отдаленности, невозможности одновременного анализа всех его составных частей) не может исследоваться непосредственно.

Оценка моделей. Параметры оценки моделей могут быть различными. Один из них — прогрессивность модели, означающая, насколько она по целому ряду моментов является лидирующей. Определение качества модели — не такая простая задача, особенно когда речь идет о моделях социальной сферы.

Прогрессивность модели определяется характеристиками свойств модели, применимой в той или иной сфере в зависимости от целей и задач исследователей.

В качестве главных критериев выступают:

• новизна отражения (интуитивное отражение, качественное описание, наглядная имитация, системное воспроизведение);

• распространенность (социальная сфера в целом, отрасль, социальная группа и т. д.) — уровень разработанности (выдвинута идея, построена схема, разработан алгоритм, формализована материализованная система (кибернетическая)).

Уровень творческого решения с помощью модели означает степень выполнения ею гносеологической (познавательной, объяснительной) и эвристической (прогностической, творческой) функций.

Последовательность нарастания этих возможностей, т. е. творческого решения, следующая:

• определение (различение, распознавание), классифицирование известных фактов, предметов, событий, упорядочение их и решение простых задач, усовершенствование простейших модельных представлений;

• реализация гносеологических и эвристических потенций разработанной модели, осуществление научного прогноза качественно новых фактов, событий и их практического использования.

Уровень использования модели характеризуется такими показателями:

• определена цель применения модели;

• углублено знание по тем или иным аспектам применения модели в социальной сфере;

• используется в системе научного знания, в системе подготовки кадров, в учебных заведениях.

Не менее важным является рассмотрение структуры моделей.

В структуру моделей входят три основных компонента: совокупность направлений развития объекта познания; побудительные силы развития; факторы внешних воздействий.

При исследовании важно зафиксировать степень реализованного воздействия всех основных компонентов на предыдущем этапе познания объекта, что может быть осуществлено при ретроспективном анализе. Подобный подход в значительной мере предопределяет предвидение развития исследуемого объекта, базирующееся на опыте прошлого, сравнении с ним, опирающееся на Репрезентативные массивы информации.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Обозначьте основные параметры эффективности социального моделирования.

2. В чем состоит сущность опытно-экспериментального прогнозирования и трех его этапов — прогностического моделирования; опытно-экспериментального моделирования; прогностических рекомендаций?

3. В чем состоят основные функции и цели моделирования?

Источник : https://lektsii.org/11-8616.html?ysclid=lh216xypn8346250721

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Алгоритмы линейного программирования
2. Постановка задач оптимизации: решающие переменные, ограничения, показатель качества
3. Применение методов линейного программирования при проектировании систем
4. Примеры решения задач линейного программирования графическими методами

1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Моделирование социально-экономических процессов

Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики

3. Цели занятия.

- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основные понятия систем массового обслуживания	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Классификация и характеристики	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики

Текст лекции.

Системы и модели массового обслуживания

Основные понятия

Менеджеру-экономисту приходится сталкиваться с ситуациями, которые характеризуются термином ***системы массового обслуживания***. Пример:

1. обслуживание покупателей в сфере розничной торговли
2. транспортное обслуживание
3. медицинское обслуживание населения
4. ремонт аппаратуры, машин, механизмов, находящихся в эксплуатации
5. обработка документов в системе управления
6. туристическое обслуживание (билетные кассы, справочные бюро).

Системы массового обслуживания (СМО) представляют собой структуры, содержащие одно или несколько обслуживающих устройств – **каналов обслуживания**, на вход которых в

случайные моменты времени поступают требования для обслуживания. В качестве **каналов** могут фигурировать технические устройства либо персонал, выполняющие функции обслуживания.
Каждая СМО предназначена для обслуживания какого-то потока заявок (или «требований»), поступающих на СМО в какие-то случайные моменты времени. Обслуживание поступившей заявки продолжается некоторое (вообще говоря, случайное) время, после чего канал освобождается и готов к принятию следующей заявки. Случайный характер потока заявок приводит к тому, что в какие-то промежутки времени на входе СМО скапливается излишне большое число заявок (они либо образуют очередь, либо покидают СМО необслуженными); в другие же периоды СМО будет работать с недогрузкой или вообще простаивать.
Система массового обслуживания **–** это система двух взаимодействующих потоков случайных событий – *входного потока заявок* (требований) на обслуживание и *выходного потока* обслуженных требований.
Состояние системы – это число находящихся в СМО заявок в данный момент.
Узел обслуживания – это часть СМО, через который осуществляется взаимодействие входного и выходного потока заявок. Узел обслуживания может содержать один или более **обслуживающих каналов** (обслуживающих устройств, приборов).
Пример обслуживающего канала – рабочее место кассира на предприятии массового обслуживания. В случае транспортного обслуживания каналом может считаться отдельная единица транспортного средства.
Заявки, находящиеся в СМО, могут либо ожидать обслуживания, либо находиться под обслуживанием.
Очередь – это часть заявок, ожидающих обслуживания.
Дисциплина очереди – это правила формирования очереди.
Каждая система массового обслуживания, в зависимости от числа каналов и их производительности, а также от характера потока заявок, обладает какой-то **пропускной способностью**, позволяющей ей более или менее успешно справляться с потоком заявок.
Предмет теории массового обслуживания – установление зависимости между характером потока заявок, числом каналов, их производительностью, правилами работы СМО и эффективностью обслуживания.
Главная особенность процессов массового обслуживания – случайность. Теория массового обслуживания опирается на теорию вероятностей и математическую статистику.
Первоначально развитие теории массового обслуживания связано с именем датского ученого А.К.Эрланга (1878-1929), с его трудами в области проектирования и эксплуатации телефонных станций. Большой вклад в развитие этой теории внесли российские математики А.Я.Хинчин, Б.В.Гнеденко, А.Н.Колмогоров, Е.С. Вентцель и др.
В настоящее время теоретически наиболее разработаны и удобны в практических приложениях методы решения таких систем массового обслуживания, процесс функционирования которых является **марковским**, то есть все потоки событий, переводящие систему из состояния в состояние, **простейшие**.
Простейшим называется случайный поток, обладающий тремя основными свойствами: *стационарности, ординарности и отсутствия последствия*.
Свойство *стационарности* обеспечивает постоянное количество требований в течение некоторого промежутка. При этом количество требований зависит только от длины этого промежутка по оси времени, т.е. это свойство не учитывает суточные и годовые колебания спроса.
Свойство *ординарности* указывает, что вероятность поступления двух заявок одновременно является бесконечно малой величиной.
Свойство *отсутствия последствия* состоит в том, что количество требований, поступивших в систему после времени t_0 не зависит от числа требований до этого момента.
Для простейшего потока частота поступления требований в систему подчиняется закону Пуассона, то есть вероятность поступления за время t ро́вно k требований задается формулой

$$P_k(t) = \frac{(\lambda t)^k}{k!} \cdot e^{-\lambda t}$$, (1)

где λ – плотность потока или среднее число требований в единицу времени.

Заранее условимся (чтобы не оговаривать это всякий раз отдельно), что мы будем считать все потоки событий, переводящие СМО из состояния в состояние, пуассоновскими.

Вероятность того, что время обслуживания не превосходит некоторой величины *t,* определяется формулой экспоненциального закона распределения:

$$F(t) = 1 - e^{\mu t} = P(t_{\text{обс}} < 1)$$, (2)

где μ – интенсивность обслуживания (среднее число событий, происходящих в единицу времени),

$$\mu = \frac{1}{t_{\text{обс}}}$$. (3)

Классификация систем массового обслуживания и их основные характеристики

Системы массового обслуживания классифицируются по разным признакам.

1) По числу каналов системы массового обслуживания могут быть **одноканальными** или **многоканальными**.

2) По месту нахождения источника требований СМО делятся на **разомкнутые** (когда источник требований находится вне системы) и **замкнутые** (когда источник находится в самой системе).

3) В зависимости от условий ожидания требованием начала обслуживания различают *СМО с отказами* и *СМО с ожиданием.*

В *СМО с отказами* заявка, поступившая в момент, когда все каналы заняты, получает «отказ», покидает СМО и в дальнейшем процессе обслуживания не участвует.

В *СМО с ожиданием* заявка, поступившая в момент, когда все каналы заняты, становится в очередь и ожидает, пока не освободится один из каналов. Как только освободится канал, принимается к обслуживанию одна из заявок, стоящих в очереди. Для систем с ожиданием важна дисциплина очереди.

Различают следующие виды дисциплины очереди:

а) упорядоченное обслуживание:

– первый пришел – первый обслуживается (английская аббревиатура FIFO – First Input First Output);

– последний пришел – первый обслуживается (английская аббревиатура LIFO – Last Input First Output);

б) неупорядоченное обслуживание: заявки попадают в канал обслуживания случайным образом;

в) с приоритетами: при которой некоторые находящиеся в очереди заявки имеют право первоочередного обслуживания.

4) Системы с ожиданием делятся на **системы с ограниченным ожиданием** и **системы с неограниченным ожиданием**.

В системах с **ограниченным ожиданием** может ограничиваться либо длина очереди либо время пребывания в очереди.

В системах с **неограниченным ожиданием** каждая заявка, поступившая в момент, когда нет свободных каналов, становится в очередь и «терпеливо» ждет освобождения канала, который примет ее к обслуживанию. Любая заявка, поступившая в СМО, рано или поздно будет обслужена.

Для анализа процесса, протекающего в СМО, важно знать основные параметры системы:

1) число каналов *n,*

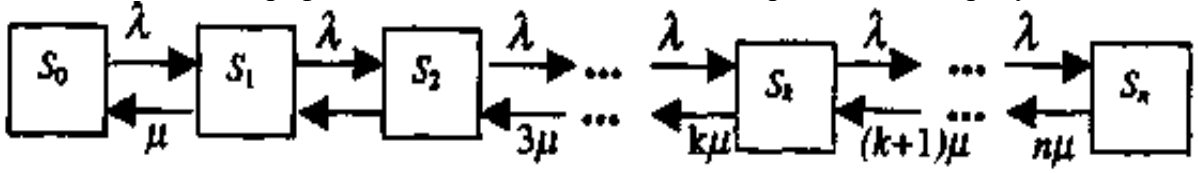
2) число мест в очереди *m,*

2) интенсивность потока заявок λ,

3) интенсивность обслуживания μ (величина, обратная среднему времени обслуживания $t_{обс}$: $\mu = 1/t_{обс}$),
4) условия образования очереди (ограничения, если они есть).
При этом все числовые данные в решаемой задаче должны быть приведены к единой единице измерения времени.
В зависимости от типа СМО при оценке ее эффективности могут применяться те или характеристики эффективности работы СМО.
Рассмотрим определение основных характеристик наиболее распространенных видов СМО.

<u>Многоканальная СМО с отказами.</u>

Для СМО **с отказами** наиболее важными **характеристиками** являются:
1) **абсолютная пропускная способность** *A* – среднее число заявок, которое может обслужить система за единицу времени.
2) **относительная пропускная способность** *q* – средняя доля поступивших заявок, обслуживаемая системой (отношение среднего числа заявок, обслуживаемых системой в единицу времени, к среднему числу поступающих за это время заявок).
3) в зависимости от задачи исследования могут быть важны и другие характеристики, например, среднее число занятых каналов $N_з$, среднее относительное время простоя системы в целом и отдельного канала и т. д.
Если требование поступает в систему в момент, когда все *n* каналов заняты, то оно получает отказ (покидает систему необслуженным). Если же в момент поступления требования имеется хотя бы один свободный канал, то оно принимается к обслуживанию и обслуживается до конца. Размеченный граф состояний системы с отказами представлен на рисунке.



Относительная нагрузка на систему

$$\rho = \lambda / \mu.$$

Предельные вероятности состояний системы (формулы Эрланга) для рассматриваемой СМО имеют вид

$$P_0 = \left(1 + \frac{\rho}{1!} + \frac{\rho^2}{2!} + \ldots + \frac{\rho^k}{k!} + \ldots + \frac{\rho^n}{n!}\right)^{-1},$$

$$P_k = \frac{\rho^k}{k!} P_0 \quad (1 \le k \le n)$$

где P_0 – вероятность свободного состояния системы, P_k – финальные вероятности состояния системы (в стационарном режиме работы СМО).

Вероятность отказа $P_{отк} = P_n = \frac{\rho^n}{n!} P_0.$

Относительная пропускная способность $q = 1 - P_{отк}.$

Абсолютная пропускная способность $A = \lambda q.$

Среднее число занятых каналов $\overline{N_з} = \frac{A}{\mu} = \frac{\lambda q}{\mu} = \rho q.$

Многоканальная СМО с ожиданием.

Для СМО **с неограниченным ожиданием** как абсолютная A, так и относительная пропускная способность q теряют смысл, так как каждая поступившая заявка рано или поздно будет обслужена. Зато для такой СМО весьма важными характеристиками являются:

1) среднее число заявок в очереди $\bar{r}$,

2) среднее число заявок в системе $\bar{k}$ (в очереди и под обслуживанием),

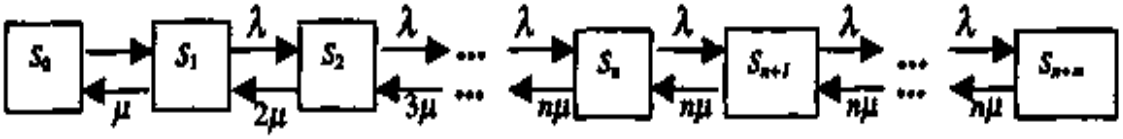
3) среднее время ожидания заявки в очереди $\bar{t}_{ож}$,

4) среднее время пребывания заявки в системе $\bar{t}_{сист}$ (в очереди и под обслуживанием), и другие характеристики ожидания.

Для СМО **с ограниченным ожиданием** интерес представляют обе группы характеристик: как абсолютная и относительная пропускная способности, так и характеристики ожидания.

Пусть в n-канальную СМО поступает простейший поток требований с интенсивностью λ; число мест в очереди ограничено и равно m. Время обслуживания требований (для одного канала) экспоненциальное, со средним значением $t_{обс}$.

Размеченный граф состояний системы с ожиданием представлен на рисунке.



Предельные вероятности состояний системы имеют вид

$$P_0 = \left[1 + \frac{\rho}{1!} + \frac{\rho^2}{2!} + \ldots + \frac{\rho^n}{n!} + \frac{\rho^n}{n!} \cdot \frac{\rho/n - (\rho/n)^{m+1}}{1 - \frac{\rho}{n}}\right]^{-1}$$

$$P_k = \frac{\rho^k}{n!} P_0 \quad (1 \le k \le n),$$

$$P_{n+r} = \frac{\rho^{n+r}}{n^r \cdot n!} P_0 \quad (1 \le r \le m)$$

.

Требование получает отказ в том случае, когда система занята, то есть вероятность отказа

$$P_{отк} = P_{n+m} = \frac{\rho^{n+m}}{n^m \cdot n!} P_0.$$

Относительная пропускная способность или вероятность того, что поступившее в систему требование будет принято к обслуживанию, дополняет вероятность отказа до единицы:

$$q = 1 - P_{отк} = 1 - \frac{\rho^{n+m}}{n^m \cdot n!} P_0.$$

В систему поступает λ требований в единицу времени, а доля требований, принятых к обслуживанию, равна q. Следовательно, **абсолютная пропускная способность**

$$A = \lambda q = \lambda\left(1 - \frac{\rho^{n+m}}{n^m \cdot n!} P_0\right).$$

Каждый канал, если он занят, обслуживает в единицу времени μ требований, а вся система – A требований. Таким образом, **среднее число занятых каналов**

$$\bar{N}_з = \frac{A}{\mu} = \rho\left(1 - \frac{\rho^{n+m}}{n^m \cdot n!} P_0\right).$$

Среднее число требований $\bar{r}$, находящихся в очереди, вычислим как математическое ожидание числа требований, находящихся в очереди:

$$\bar{r} = 1 \cdot P_{n+1} + 2 \cdot P_{n+2} + \ldots + m \cdot P_{n+m}.$$

Подставив значения $P_{n+r}(r=1, m)$ и выполнив *преобразования*, окончательно получим

$$\bar{r} = P_0 \cdot \frac{\rho^{n+1}}{n!n} \cdot \frac{1 - (\frac{\rho}{n})^m (m+1-m\frac{\rho}{n})}{(1-\frac{\rho}{n})^2}.$$

Учитывая, что среднее число требований, находящихся под обслуживанием, совпадает со средним числом занятых каналов, **среднее число требований, находящихся в системе,** равно $\bar{k} = N_з + \bar{r}$.

Среднее время пребывания требований в очереди

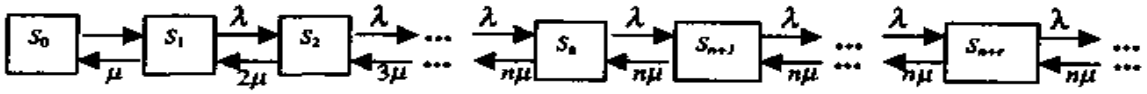
$$\bar{t}_{ож} = P_0 \cdot \frac{\rho^n}{n \cdot n!\mu} \cdot \frac{1 - (\frac{\rho}{n})^m (m+1-m\frac{\rho}{n})}{(1-\frac{\rho}{n})^2} = \frac{\bar{r}}{\lambda}.$$

Среднее время пребывания заявки в системе

$$\bar{t}_{сист} = \bar{t}_{ож} + \frac{1}{\mu} q = \bar{t}_{ож} + q \cdot \bar{t}_{об}$$

Среднее время пребывания требования в системе получим, если к среднему времени ожидания в очереди прибавим среднее время обслуживания, умноженное на относительную пропускную способность q.

Многоканальная СМО с неограниченной длиной очереди. Так как длина очереди не ограничена, то граф состояний в этом случае является бесконечным.



Установившийся режим работы системы существует при $\frac{\rho}{n} < 1$, а при $\frac{\rho}{n} \geq 1$ очередь будет расти неограниченно. Полагаем, что $\frac{\rho}{n} < 1$.

Далее представлены формулы для расчета характеристик СМО с неограниченной очередью.

Предельные вероятности состояний:

$$P_0 = \left[1 + \frac{\rho}{1!} + \frac{\rho^2}{2!} + \ldots + \frac{\rho^n}{n!} + \frac{\rho^{n+1}}{n!(n-\rho)}\right]^{-1},$$

$$P_k = \frac{\rho^k}{k!} P_0 (1 \leq k \leq n),$$

$$P_{n+r} = \frac{\rho^{n+r}}{n^r \cdot n!} P_0 (r > 1)$$

Так как число мест в очереди не ограничено, то все требования, поступившие в систему, рано или поздно будут обслужены. Следовательно, **вероятность отказа**

$$P_{отк} = 0, \quad q = 1, \quad A = \lambda q = \lambda$$

Среднее число занятых каналов

$$\bar{N}_з = \frac{A}{\mu} = \frac{\lambda}{\mu} = \rho$$

Среднее число требований, находящихся в очереди

$$\bar{r} = \frac{\rho^{n+1} \cdot P_0}{n! n \cdot (1 - \frac{\rho}{n})^2}.$$

Среднее число требований, находящихся в системе $\bar{k} = N_з + r$

$$\bar{t}_{ож} = \frac{\rho^n \cdot P_0}{n\mu \cdot n!(1 - \frac{\rho}{n})^2} = \frac{\bar{r}}{\lambda}$$

Среднее время пребывания требования в очереди

Среднее время пребывания требования в системе $\bar{t}_{сист} = \bar{t}_{ож} + \bar{t}_{обсл}.$

Источник: https://studfile.net/preview/5621698/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Родоначальники формализованного описания экономики.
2. Системный подход при изучении социально-экономических систем.
3. Сложность задач линейного программирования.
4. Целевой подход при изучении социально-экономических систем.
5. Сущность процесса моделирования.

1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах

Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма

3. Цели занятия.

- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Устойчивое развитие	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Модели устойчивого развития	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Модели устойчивого развития туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма

Текст лекции.

Формирование концепции устойчивого развития во второй половине двадцатого века был связано с тревогой мировой общественности состоянием окружающей среды. Произошло осознание опасного воздействия развития экономики на окружающую среду в глобальном масштабе. Проблемы загрязнения природы и истощения ресурсов стали приобретать планетарный масштаб.

В 1972 г. Римскому клубу был представлен доклад под названием «Пределы роста» в котором впервые были исследованы последствия действий, связанных с развитием человеческой цивилизации и ее воздействием на окружающую среду с помощью метода математического компьютерного моделирования. Доклад содержал результаты моделирования роста

человеческой популяции и убывания природных ресурсов. В написании доклада принимали участие Донелла Медоуз, Деннис Медоуз, Иорген Рандерс и Уильям Беренс III (англ. William W. Behrens Ш)[1].

Авторы доклада, пришли к выводу, что при сохранении существующих тенденций роста населения Земли, промышленного роста, загрязнения природной среды и истощении ресурсов в двадцать первом столетии человеческая цивилизация достигнет предела роста, в результате чего произойдет катастрофический спад численности населения и уровня жизни[2].

Однако авторы считали, человечество в состоянии и должно контролировать тенденции роста для создания экологической и экономической стабильности в отдалённой перспективе. Условия равновесия с природой могут обеспечить жителям Земли цивилизованный уровень жизни, и возможности духовного развития личности. Для реализации благоприятных сценариев требуются политические и социальные изменения.

Работы Медоуза о неблагоприятном будущем человечества привлекли внимание общественности и ученых разных стран мира к проблемам окружающей среды. Стали строиться прогнозы, публиковаться новые исследовательские работы, происходить изменения в мировоззрении людей, в отношении к индустриальному росту и сохранению качества окружающей среды.

В 1972 г в Стокгольме состоялась первая конференция ООН по проблемам взаимосвязи между экономическим развитием и ухудшением состояния окружающей среды. В результате работы конференции была создана Программа ООН по окружающей среде.

Стало понятно, что для решения проблем загрязнения природы и истощения ресурсов нужны усилия мирового сообщества. В 1987 г. Организация Объединенных наций (ООН) и Международная комиссия по окружающей среде и развитию опубликовала доклад, в котором было дано определение устойчивого развития общества, в котором удовлетворение потребностей нынешнего поколения людей должно осуществляется без ущерба для будущих поколений. Идея устойчивого развития состоит в необходимости координации потребностей человечества и возможностей планеты.

В результате изменения отношения к проблемам окружающей среды и осознания необходимых перемен в 1984 г. Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций приняла решение о создании международной комиссии по окружающей среде и развитию, был подготовлен доклад «Наше общее будущее». Комиссия, состоящая из ученых и общественных деятелей разных стран, выдвинула новую концепцию устойчивого социально-экономического развития в условиях равновесия с окружающей средой. В докладе говорилось о том, что переход к устойчивому развитию позволит спасти окружающую среду и обеспечить человечеству будущее на планете Земля.

В 1992 г. в Рио-де-Жанейро состоялась Конференция ООН по окружающей среде и развитию. Участники конференции пришли к выводу о том, что «Мы способны согласовать деятельность человека с законами природы и добиться всеобщего процветания». Был принят документ «Повестка дня на XXI», который является программой действий по реализации концепции устойчивого развития в социальной, экономической и экологической областях. В программе обозначены проблемы выживания, экологической безопасности и устойчивого развития человеческой цивилизации. Ответственность за осуществление этой программы возлагалась на правительства, а международное сообщество должно способствовать национальным усилиям и дополнять их. На Конференции в Рио-де-Жанейро было также утверждено «Заявление о принципах глобального консенсуса по управлению, сохранению и устойчивому развитию всех видов лесов», а также открыты для подписания два важнейших глобальных соглашения: Рамочная конвенция об изменении климата и Конвенция о биологическом разнообразии.

Важнейшим шагом в направлении устойчивого развития является Парижское соглашение принятое сторонами Рамочной конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата (РКИКООН) в декабре 2015 г.. Основная цель РКИКООН заключается в «удержании прироста глобальной средней температуры ниже 2°С сверх доиндустриальных уровней и

приложения усилий в целях ограничения роста температуры до 1,5°С». Понятно, что достижение данного температурного уровня, потребует решительных действий по сокращению выбросов парниковых газов во всех секторах экономики[3].

Всемирный союз охраны определил концепцию устойчивого развития: «Устойчивым развитием называется процесс, в рамках которого развитие происходит без нанесения ущерба ресурсам и их истощения, что и делает развитие возможным (рис. 3).



Рис. 3. **Концепция устойчивого развития***

*авторская разработка

Это, как правило, достигается либо таким управлением ресурсами, при котором они возобновляются с той же скоростью, с какой они используются, либо переключением с медленно возобновляемых ресурсов на быстро возобновляемые. При таком подходе ресурсы могут быть использованы как будущим, так и настоящим поколениями»

Население планеты Земля неуклонно растет. Считается, что к середине двадцать первого века население Земли приблизится к восьми млрд, человек большинство из которых, составят жители самых бедных странах Африки и Азии, а также Китая и Индии.

В настоящее время на путь устойчивого развития смогла встать лишь небольшая группа развитых стран, разработавших новые правовые нормы по отношению человека к природе, внедривших новые «экологические» технологии, возник термин «золотого миллиарда». Золотой миллиард - это население развитых стран, которое живет в условиях устойчивого экономического благополучия, имеет высокое «качество жизни», потребляет большую часть ресурсов и выделяет в окружающую среду большее 50% отходов. Жители бедных стран потребляют и выбрасывают в 10 раз меньше чем жители развитых стран.

В 1988 в г. Ванкувере состоялась первая Международная конференция, рассмотревшая роль и место туризма в сохранении мира, влияние туризма на процессы взаимопонимания и уважения между странами и народами. Итоговый документ был назван «Кредо миролюбивого путешественника», содержал такие положения как: - «с благосклонностью и признательностью принимать разнообразие мира, уважать и защищать природную среду, уважать все культуры, уважать и благодарить хозяев за гостеприимство.

Всемирная туристская организация межправительственная структура ООН на протяжении ряда лет разрабатывала концепцию устойчивого развития в туризме.

В 1990 г на Международной конференции в Ванкувере были сформулированы возможности благоприятного воздействия туризма на устойчивое развитие в мире. Считается, что туризм может оказать влияние на выбор воздействия на природную, культурную и социальную сферы развития, способствовать перераспределению доходов и расходов, создает рабочие места непосредственно в местном секторе туризма и смежных с ним секторах; стимулирует развитие экономики и инфраструктуры, формирует рост взаимопонимания и контактов между людьми, представляющими различные культуры.

Задачами туристских компаний являются выработка и определение направлений деятельности по развитию устойчивого туризма. Приоритетными сферами деятельности должны стать сохранение и восстановление окружающей среды: сведение отходов к минимуму; привлечение персонала, клиентов и общественности к решению экологических вопросов. Рассмотрение экономических, социальных, культурных критериев и охраны окружающей среды должно являться частью всех управленческих решений.

В 1995 г. совместными усилиями Всемирной туристской организации, Всемирного совета по путешествиям и туризму и Совета Земли был разработан документ «Повестка дня на XXI век для отрасли путешествий и туризма» (Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry). В этом документе анализируется важность туризма, приводятся данные проблемах, связанных чрезмерным количеством туристов. Документ наметил конкретную программу действий государственных ведомств, национальных туристских администраций (НТА), отраслевых организаций и туристских компаний по устойчивому развитию туризма. Для правительственных ведомств определены следующие приоритетные сферы деятельности: оценка существующей нормативной, экономической и добровольной структуры с точки зрения устойчивого туризма; - оценка экономической, социальной, культурной и экологической деятельности национальной организации; обучение, образование и просвещение общественности; планирование устойчивого туризма;- содействие обмену информацией, опытом и технологиями; обеспечение участия всех общественных секторов в развитии устойчивого туризма; разработка новой туристской продукции; сотрудничество в целях развития устойчивого туризма[4].

В 2004 г. Всемирная туристская организация сформулировала концепцию устойчивого развития туризма: «Нормы и практику управления устойчивым развитием туризма можно применять ко всем видам туризма и ко всем типам направлений, включая массовый туризм и различные ниши туристских сегментов. Принципы устойчивости относятся к охране окружающей среды, экономическим и социальнокультурным аспектам развития туризма и между этими тремя аспектами должен быть установлен баланс, чтобы гарантировать долговременную устойчивость туризма.

Таким образом, устойчивый туризм должен: 1) обеспечить оптимальное использование ресурсов окружающей среды, которые составляют ключевой элемент развития туризма, поддерживая основные экологические процессы и помогая сохранять природное наследие и биологическое разнообразие; 2) уважать своеобразные социальнокультурные особенности принимающих сообществ, сохраняя присущее им созданное и сложившееся культурное наследие и традиционные обычаи, и вносить вклад во взаимопонимание различных культур и терпимость к их восприятию; 3) обеспечивать жизнеспособность долгосрочных экономических процессов, учитывая их выгоду для всех заинтересованных кругов, которые их беспристрастно распространяют, включая постоянную занятость и возможности поступающих доходов и социальных услуг для принимающих сообществ и вклад в сокращение масштабов нищеты. Устойчивый туризм должен поддерживать высокий уровень удовлетворения потребностей туристов, используя многоплановые запросы туристов, повышая их осведомленность (информированность) об устойчивости результатов и продвигая практическую деятельность по устойчивому туризму среди них».

Путешествия стали массовым явлением. Спрос на путешествия растет быстрее, чем экономика в целом, и по прогнозам будет удваиваться каждые десять лет. Важное место в структуре мирового экспорта занимает туризм. В мировой экономике двадцать первого века индустрия туризма будет определять основные цели роста наряду со здравоохранением и образованием, а по значимости оказываемых услуг сравниться с телекоммуникациями и информационными технологиями.

При таких темпах роста воздействие туризма на окружающую среду: потребление ресурсов, производство отходов, использование территорий под застройку имеет большое значение. Туризм как индустрия отдыха, находится в непосредственной зависимости от чистоты окружающей среды и состояния природы. Устойчивое развитие туризма тесно связано с устойчивым экономическим экологическим культурным, социальным развитием стран. Развитие туризма имеет большое значение для развивающихся стран, так как является сектором экономики, в котором занята большая часть населения. В настоящее время развивающиеся страны предпринимают усилия по развитию традиционного, культурного и экологического туризма с помощью международных финансовых учреждений.

Как и другие сектора экономики, кроме выгоды туризм потребляет ресурсы, создает отходы, порождает экологические, культурные и социальные издержки. Огромное значение имеют проблемы утраты биологического разнообразия и деградации экосистем. При этом туризм наносит меньший ущерб окружающей среде, чем другие отрасли экономики. Необходимо сделать так чтобы устойчивое развитие стало приоритетной задачей для руководителей отрасли туризма во всех странах. Туризм как часть устойчивой экономики должен развиваться при бережном использовании природных ресурсов. Страны, имеющие лидирующие позиции на туристском рынке Франция, Испания, США, Италия, Китай, первыми заговорили о необходимости устойчивого туризма. В этом с ними солидарны экологи и руководители туристского бизнеса.

В целях обеспечения устойчивой структуры потребления и производства в туризме необходимо укреплять и поддерживать национальные инициативы в области планирования и оценки последствий воздействия на окружающую среду, мер регулирования в сферах информационного обмена, просвещения и маркетинга. Сделать туризм устойчиво развивающейся отраслью экономики задача индустрии туризма, туристов, государства. Государство должно разработать стратегию устойчивого развития индустрии туризма, защиту и мониторинг ценных и уязвимых мест обитания, не допуская избыточной нагрузки на природные экосистемы, устанавливать предельные нормы выбросов, требования к размещению и проектированию туристских объектов.

За последнее десятилетие в работе туристских компаний произошли перемены в сторону экологических методов ведения бизнеса, что связано с сокращением объемов атмосферных выбросов, снижением уровня шума; внедрением ресурсосберегающих технологий, эффективным управлением туристскими потоками, переходом на электронной документооборот, сокращением объемов мусора, реконструкцией и перепланировкой отелей. Использование солнечных батарей, оборотной воды для хозяйственных нужд экономное расходование электроэнергии стало обычной практикой для гостиниц.

Также благодаря развитию туризма ежегодно увеличивается количество природных заповедных зон, национальных парков и заповедников во всем мире. Туризм сближает народы, делает людей всего мира понятней и интересней друг для друга, ведет к росту межкультурного понимания и уважения.

Понятие устойчивый туризм — это направление развития, основанное на принципах и концепции устойчивого развития человеческого общества. В 2004 г. Всемирный совет по путешествиям и туризму сформулировал концепцию устойчивого развития туризма и дал определение устойчивому туризму «Устойчивое развитие туризма удовлетворяет нынешние потребности туристов и принимающих регионов, охраняя и приумножая возможности на будущее. Управление всеми ресурсами должно осуществляться таким образом, чтобы, удовлетворяя экономические, социальные и эстетические потребности, сохранить культурную целостность, важные экологические процессы, биологическое разнообразие и системы жизнеобеспечения (рис. 4).



Рис. 4. **Особенности управления ресурсами в туризме***

•авторская разработка

Продукция устойчивого туризма - это продукция, которая существует в согласии с местной средой, обществом, культурой таким образом, что это приносит пользу, а не ущерб

туристскому развитию». Такой туризм, удовлетворяет существующие потребности, но развивается так, чтобы обеспечить так же возможностями последующие поколения, включая сохранение природных ресурсов, окружающей среды, культурного и социального многообразия.

Основное отличие традиционного и устойчивого туризма в том, что часть получаемых финансовых прибылей направляется на восстановление израсходованных природных ресурсов, развитие и совершенствование технологий производства услуг.

В последнее десятилетие большое развитие получил экологический туризм, который можно рассматривать как разновидность природоориентированного устойчивого туризма, т.е. наиболее близким к окружающей среде. Считается что данное направление в туризме связано с новыми моделями природопользования, способствующими охране природы культурного наследия, социальному и экономическому развитию отрасль вносит определенный вклад в решение проблемы занятости.

В последние десятилетия туризм играет важную роль как средство культурной и социальной интеграции и устойчивого развития. Не случайно, 70-я Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций объявила 2017 год Международным годом устойчивого туризма и включила туризм в список 17 Целей в области устойчивого развития, который утвердили лидеры бедных, богатых и среднеразвитых стран и актуальный до 2030 года.

Цели в области устойчивого развития. Цель 1. Повсеместная ликвидация нищеты во всех ее формах

Цель 2. Ликвидация голода, обеспечение продовольственной безопасности и улучшение питания и содействие устойчивому развитию сельского хозяйства Цель 3. Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте

Цель 4. Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех

Цель 5. Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек

Цель 6. Обеспечение наличия и рационального использования водных ресурсов и санитарии для всех

Цель 7. Обеспечение всеобщего доступа к недорогим, надежным, устойчивым и современным источникам энергии для всех.

Цель 8. Содействие поступательному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех

Цель 9. Создание стойкой инфраструктуры, содействие всеохватной и устойчивой индустриализации и инновациям

Цель 10. Сокращение неравенства внутри стран и между ними Цель 11. Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической устойчивости городов и населенных пунктов

Цель 12. Обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства

Цель 13. Принятие срочных мер по борьбе с изменением климата и его последствиями.

Цель 14. Сохранение и рациональное использование океанов, морей и морских ресурсов в интересах устойчивого развития

Цель 15. Защита и восстановление экосистем суши и содействие их рациональному использованию, рациональное лесопользование, борьба с опустыниванием, прекращение и обращение вспять процесса деградации земель и прекращение процесса утраты биоразнообразия.

Цель 16. Содействие построению миролюбивого и открытого общества в интересах устойчивого развития, обеспечение доступа к правосудию для всех и создание эффективных, подотчетных и основанных на широком участии учреждений на всех уровнях

Цель 17. Укрепление средств осуществления и активизация работы в рамках Глобального партнерства в интересах устойчивого развития

Всемирная туристская организация World Tourism Organization UNWTO (ЮНВТО) поддерживает принятие Целей устойчивого развития (ЦУР) Туризм может внести важный вклад в достижение ЦУР, особенно в таких областях, как создание рабочих мест, устойчивое потребление и производство, а также сохранение природных ресурсов. «В процессе развития туризма основное внимание должно уделяться таким вопросам, как изменение климата, эффективное управление ресурсами, сокращение масштабов бедности и всеохватный рост экономики. Теперь, когда цели утверждены, настало время активизировать наши действия, продвигать политику и бизнес-стратегии, обеспечивающие мониторинг и сведение к минимуму негативного воздействия развития туризма и максимизацию его положительного воздействия, в частности, через посредство распределения приносимых им выгод между принимающими общинами», сказал Генеральный секретарь ЮНВТО Талеб Рифаи. [9].

ЦУР - универсальный план действий для людей, планеты и процветания всех стран, содержащий 17 целей и требующий участия всех заинтересованных сторон на основе партнерских связей. ЦУР были приняты 70-й сессией Генеральной Ассамблеи ООН 25 сентября 2015 года.

Туризм включен в ЦУР в качестве целевого показателя целей 8, 12 и 14: целевой показатель 8.9 цели 8, касающейся содействия «неуклонному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех», заключается в том, чтобы «к 2030 году обеспечить разработку и осуществление стратегий поощрения устойчивого туризма, способствующего созданию рабочих мест, развитию местной культуры и производства местной продукции».

Целевой показатель 12.Ь цели 12, направленной на «Обеспечение рациональных моделей потребления и производства», заключается в том, чтобы «Разрабатывать и внедрять механизмы для мониторинга воздействия устойчивого развития на устойчивый туризм, обеспечивающий создание рабочих мест и содействующий развитию местной культуры и производству местной продукции».

Целевой показатель 14.7 цели 14, направленной на «Сохранение и рациональное использование океанов, морей и морских ресурсов в интересах устойчивого развития», заключается в том, чтобы «Увеличить к 2030 году экономические выгоды от устойчивого использования морских ресурсов для малых островных развивающихся государств и наименее развитых стран, в том числе за счет рационального управления рыбными запасами, аквакультурой и туризмом»[5].

Около миллиарда человек ежегодно путешествуют, это дает возможность туристическому бизнесу развивать устойчивую экономику, способствовать созданию рабочих мест. В течение последующих лет туризм должен способствовать наращиванию устойчивого экономического роста, решению вопросов в области образования, социальной защиты, эффективного использования природных ресурсов, создания инновационных экологических технологий, сохранения культурного наследия и разнообразия, взаимопонимания и мира.

Российская Федерация сегодня занимает прочное положение на рынке международного туризма. В 2012 году Россия вошла в 10 стран-лидеров по количеству прибытий иностранных граждан, заявив серьезный темп роста этого показателя (13 процентов). На нашу страну в 2012 году приходилось 4,8 процента всего туристского потока в мире. При этом граждане Российской Федерации формируют по-прежнему активный выездной туристский поток. В 2012 году наша страна заняла 5-е место по расходам туристов.

В оценках Всемирной туристской организации при ООН принято географическое деление мира на укрупненные регионы и субрегионы. В соответствии с такой классификацией Российская Федерация относится к группе стран Центральной и Восточной Европы, куда также входят большинство стран СНГ, Чехия, Венгрия, Польша, Болгария, Словакия и Румыния.

Современный этап стратегического планирования развития туризма связан с необходимостью закрепления результатов, достигнутых на предыдущих этапах.

Первоначально главной целью такого планирования были определение правовой базы, законотворчество, восстановление и создание новых элементов туристской инфраструктуры. Далее акцент стратегического планирования сместился в сторону стимулирования предпринимательских инициатив регионов, определения мест расположения свободных экономических зон и туристских кластеров, а также отбора реализуемых в них инвестиционных проектов.

За последние 15 лет отрасль добилась определенного уровня развития, и к настоящему моменту появились предпосылки для интенсивного развития туризма, основанного на принципах комплексности, устойчивости и ориентации на человека.

Сегодня именно человек с его потребностями, культурным потенциалом, качеством жизни, безопасностью становится центральным звеном и основной целью в развитии экономики вообще и сферы туризма в частности.

Туризм сегодня должен стать локомотивом развития регионов, связующим звеном между коммерческими интересами различных сфер бизнеса, приоритетами государственной политики и культурными потребностями общества. Единство целей и задач развития страны позволит успешно реализовывать программно-целевые инструменты для роста культурного уровня, духовного потенциала и благосостояния страны и каждого ее гражданина.

Таким образом, целью развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года является комплексное развитие внутреннего и въездного туризма с учетом обеспечения экономического и социокультурного прогресса в регионах Российской Федерации.

Выполнение поставленной цели требует решения следующего комплекса задач:

формирование доступной и комфортной туристской среды;

повышение качества и конкурентоспособности туристского продукта Российской Федерации на внутреннем и мировом рынках;

реализация и усиление социальной роли туризма, в том числе развитие социального, лечебно-оздоровительного, детского, юношеского и молодежного туризма;

совершенствование системы управления и статистического учета в сфере туризма;

обеспечение роста экономики и качества жизни населения регионов Российской Федерации за счет развития туризма;

комплексное обеспечение безопасности в сфере туризма и устойчивого развития сферы туристских услуг;

продвижение туристского продукта Российской Федерации на внутреннем и международном туристских рынках;

интеграция сферы туристских услуг, предоставляемых Республикой Крым и г. Севастополем, в систему управления туризмом и профессиональное туристское сообщество Российской Федерации.

Приоритетными направлениями регулирования туризма в Российской Федерации являются:

унификация качества туристских услуг в стране, приведение их в соответствие с международными стандартами;

создание и развитие комфортной информационной туристской среды, включая систему туристской навигации, знаки ориентирования, информацию о туристских ресурсах и программах регионов;

усиление роли туризма в просвещении и формировании культурно-нравственного потенциала населения регионов Российской Федерации;

координация усилий всех регионов по продвижению туристского продукта Российской Федерации (рис. 5).

При этом основными показателями достижения цели развития туризма в Российской Федерации следует считать:

увеличение спроса на отечественный туристский продукт со стороны россиян, в том числе за счет переориентации части потребительского спроса с выездных туристских направлений на внутренние;



Рис. 5. **Методы государственного регулирования туризма* •авторская разработка**

- - привлечение большего количества иностранных туристов;
- - увеличение количества повторных поездок, расширение набора потребляемых туристами услуг и удлинение периода пребывания туристов на отечественных курортах;

развитие социального туризма.

Принципами развития туризма в Российской Федерации являются:

использование комплексного подхода к развитию туризма;

интеграция планов развития туризма во все сферы народного хозяйства и социальной жизни общества (образование, здравоохранение, социальное обеспечение, культура, искусство, наука, промышленность, сфера услуг);

инновационный характер развития туризма;

стимулирование предпринимательских инициатив участников туристского бизнеса, создание условий для роста количества малых предприятий;

обеспечение межкультурной коммуникации и международного сотрудничества при организации туристских программ;

сбалансированность интересов всех участников процесса развития туризма (потребители, бизнес, некоммерческие организации, органы государственного управления, местные жители);

ориентация на показатели качества жизни населения при оценке влияния туризма на социально-экономическое развитие регионов;

устойчивость развития туризма, учет экологических и социокультурных рисков, ориентация на неистощимое использование туристских ресурсов.

Универсальность форм туристского общения позволяет также более широко трактовать понятие туризма как особый род межличностной деятельности, которая в условиях интернационализации жизни превратилась в форму использования свободного времени, средство межличностных связей в процессе политических, экономических и культурных контактов, в один из факторов, определяющих качество жизни.

О.Е. Афанасьев, М.С. Оборин и Е.Ю. Шман пишут, что туристский бизнес представляет собой динамичную и доходную отрасль с высоким потенциалом. Богатое культурно-историческое наследие и уникальные природные условия являются грандиозным ресурсом для развития туристской индустрии в России[6].

Туризм является пространственной разноплановой деятельностью, касающейся многих аспектов жизни и разных сфер экономики. В определенном содержании практическая невозможность формулировки унифицированного определения туризма отражает его сложность.

Но вместе с тем это подчеркивает и его несовершенство как сферы научных исследований.

Рост экономического значения туризма сопровождался формированием системы статистического учета путешествующих. Под туризмом в статистике понимается одна из форм миграции населения, не связанная с изменением основного местожительства или работы.

Конкретные предложения по терминологии туризма содержатся в документе Всемирной туристской организации «Рекомендации по статистике туризма». Базовые определения понятий «туризм», «турист» и других, связанных с туризмом, положено в основу терминологической части нормативно-правовых актов разного уровня - международных конвенций, директив Европейского Союза, законов разных стран.

Выяснению в этом случае подлежат, прежде всего, вопросы сущности туризма как отрасли и индустрии, сектора и сферы, их форматов с использованием системы статистических показателей.

Важное значение в процессе формирования единого толкования терминов в сфере туризма играет также устойчивость позиций по образованию и использованию дефиниций «туристский» и «туристский». Этот вопрос является предметом продолжительной дискуссии.

Логическим, на наш взгляд, является подход, когда все термины, которые происходят от слова «туризм» как вида хозяйственной деятельности, должны формулироваться как «туристский». Поэтому корректными являются выражения: туристский бизнес, туристская деятельность, туристская услуга, туристский продукт и т.п.

Все термины, происходящие от слова «турист» или «туризм» как вида развлекательной деятельности человека и характеризующие деятельность потребителя готового туристского продукта, т.е. характерную деятельность туриста в свободное от работы время, должны отмечаться как «туристский». Например, туристский спрос, туристские потоки, туристские соревнования и т.п.

Особенно актуальным является решение этого вопроса для использования терминов, разных по своему экономическому содержанию. Сущность любого явления (объекта исследования и управления) так или иначе, отображается в его определении. Туризм - это сложное социально-экономическое явление, которое характеризуется наличием большого количества трактовок.

Предпринимательская деятельность в туризме объективно выделилась в процессе общественного разделения труда и должна быть четко определена по месту, границами и форматами в структуре национальной экономики. Сфера туризма является одним из понятий, широко применяемым в специальной литературе и практической деятельности. Термин «сфера» можно трактовать как сферу действия или деятельности, границы распространения.

Относительно предложения туристского продукта в широком понимании этого слова (валовой туристский продукт) к сфере туризма целесообразно отнести все предприятия и организации, которые, осуществляя деятельность в пределах определенной области или определенного вида экономической деятельности, вырабатывают, реализуют и организовывают потребление разнообразных услуг и товаров туристу независимо от роли, которую играет туризм в формировании доходов этих предприятий (рис. 6).



Рис. 6. **Структура туристского рынка***

•авторская разработка

Важным аспектом характеристики туризма как сферы экономической деятельности является доступ к туристским ресурсам, право владения или пользования ими. Туризм охватывает производство и реализацию туристских услуг и товаров разными организациями, владеющими туристскими ресурсами.

Многоаспектность проявления туризма подчеркивает объективную невозможность определить его объемы как системы, тем более, что часто использование термина распространяется не только на сферу предложения, экономическую деятельность, но и на сферу туристского движения, политические, социальные естественные условия его

осуществления. Однако для определения отдельных форматов туристской системы существуют предпосылки[1'].

"Гуляев, В.Г. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие. Учебник/ В.Г. Гуляев, И.А. Селиванов. - М.: Советский спорт, 2008. - 280 с.

Характеризуя туризм как сферу, которая охватывает комплекс видов экономической деятельности, необходимо структурировать его по степени важности удовлетворения тех или иных потребностей туристов. В основу целесообразно положить систематику человеческих потребностей, типов туристов и классов туров. Структурирование необходимо и с целью определения границ сферы бизнеса и социального туризма.

Провозглашая туризм одним из приоритетных направлений государственной политики в сфере экономики и культуры необходимо определить полномочия центральных органов исполнительной власти в сфере туризма, регламентировать определенные действия в законодательно регулированной сфере, к которую входит предоставление характерных и сопутствующих туристских услуг.

Такой подход содержит в себе определенные недоразумения, которые базируются на неопределенности ни одним из законодательных и нормативных документов сущности туризма, несогласования этого понятия с содержанием таких понятий, как «туристская услуга», «туристский продукт», «характерные и сопутствующие туристские продукты».

Продуктом труда в туристской деятельности является, как правило, комплексный туристский продукт, который на рынке приобретает форму особого вида товара, становится объектом купли-продажи и реализуется путем предоставления населению туристской услуги[7].

С точки зрения формирования предложения на рынке пакета услуг для туриста действительно существует однотипная продукция, которая обеспечивается деятельностью таких основных типов предприятий, как туристские операторы, туристские агенты и туристско- экскурсионное бюро.

В широком понимании можно утверждать об однотипности удовлетворяемых потребностей людей, а именно потребностей в путешествиях, отдыхе и содержательном проведении досуга путем передачи потребителю (туристу) права потребления товаров и услуг, которые сформированы специализированными (туристскими) предприятиями. Однако, необходимо заметить, что в этом случае применяется довольно обобщенный подход к определению туристских потребностей.

Используя обобщенный подход, также можно утверждать, что существует однотипная технология производства туристских услуг: формирование целостного туристского продукта, реализация его потребителю и организация потребления туристского продукта путем осуществления туристского сопровождения.

Технология производства туристских услуг без сомнения имеет свою специфику и не может быть отождествлена с технологией, например, предоставления услуг по размещению, питанию и развлечениям и производством товаров туристского назначения.

В отличие от технологии производства и реализации товаров в технологическом процессе производства и реализации туристских услуг отсутствует этап их накопления, что обусловлено специфическими чертами услуг, в частности, невозможностью их сохранения и складирования, а потому характерным является совпадение во времени и пространстве их производства и реализации.

Кроме того, туристские предприятия одновременно являются производителями туристских услуг и оптовыми посредниками между производителями разнообразных услуг и товаров, входящих в состав туристского продукта (услуги размещения, питание).

Таким образом, предприятия, выполняющие функции производства, организации реализации и потребления туристского продукта, т.е. осуществляющие деятельность по организации путешествий путем предоставления туристских услуг, целесообразно отнести к единой сфере - туристской.

Комплексность является важной характерной особенностью туристского продукта. Производство каждой из его составляющих обеспечивается предприятиями разных отраслей

экономики, с собственной однотипной и вместе с тем специфической технологией производства.
При этом удовлетворяются довольно разные потребности туриста. На удовлетворение разнообразных потребностей человека и платежеспособного спроса населения в широком понимании фактически направлена деятельность туристской индустрии.
При определении сущности понятия «туристская индустрия» в законодательных или нормативных документах необходимо учитывать два положения: общее определение туристской индустрии в соответствии с международным нормативным статистическим документом; перечень видов экономической деятельности, признанных характерными для туризма.
Термин «сектор туризма» все чаще используется в международных документах по вопросам развития туризма. Туризм является единым крупным сектором международной торговли услугами, охватывающем широкий спектр видов экономической деятельности, и в настоящее время считается наибольшей индустрией в мире.
Туристскую отрасль можно охарактеризовать как фрагментарную. Функционирующие в ней субъекты хозяйствования представлены преимущественно малыми и средними предприятиями, по форме собственности — частными, их количество на рынке — значительная (десятки и сотни тысяч) и нет ни одного предприятия со значительной долей в общем объеме продаж продуктов отрасли.
Перечень видов деятельности, характерных для туристской индустрии, не ограничивает значение туризма. Он предназначен для более четкого определения и конкретизации форматов и ареала исследований, которые должны охватывать как аспекты спроса, так и аспекты предложения туристских продуктов путем выявления тех видов деятельности, которые, кроме характерных, имеют определенное отношение к сектору туризма. Этот перечень позволяет также из всех специфических туристских продуктов, составлять собственный перечень характерных видов туристской деятельности по степени их важности для экономики в целом и, в частности, для туристского бизнеса[8].
По результатам исследований доля выручки от реализации товаров и платных услуг, приходящихся на туристское потребление, составляет: в отелях и других коллективных и индивидуальных средствах размещения без ресторанов - 100%, в отелях и других коллективных и индивидуальных средствах размещения с ресторанами - 90%, в учреждениях ресторанного хозяйства в зависимости от специализации региона - от 20 до 60%, на железнодорожном, в автомобильном и других видах сухопутного, водного и воздушного транспорта, как правило, - 60-80% (исключение составляют предприятия, предоставляющие услуги исключительно туристам, например, круизные и экскурсионные автобусы).
Туристская индустрия включает совокупность учреждений, основная производственная деятельность которых относится к характерным туристским видам деятельности - отели и рестораны; транспорт; туристские операторы, бюро путешествий, туристские агентства и экскурсоводы, другие субъекты деятельности по предоставлению помощи туристам; финансовое посредничество, операции с недвижимостью (аренда неосновного частного жилья), транспортных средств; деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта.
Сектор туризма является составной частью хозяйственного комплекса, охватывающего характерные виды туристской деятельности.
Системный подход к изучению процессов нуждается в просмотре и уточнении существующих позиций в национальной законодательной и нормативной документации.
На основе исследований значимости услуг в процессе обеспечения потребностей туристов, иерархичности структурного построения туристской индустрии и системы туризма в целом целесообразно, на наш взгляд, разработать, гармонизировать и дополнить в установленном порядке положение, в котором обобщить и сгруппировать виды экономической деятельности, характерные для туризма.

Это будет оказывать содействие согласованию подходов к определению туристских затрат на вспомогательных счетах в туризме в системе национальных счетов, а также структурированию механизма государственного управления туризмом в стране.
Дискуссионным является структурно-логическое место деятельности санаторно-курортных организаций. Оно не отвечает ни одному нормативному международному документу. В этих документах курорты определяются как средство размещения и соответственно они являются объектом управления в системе туризма, а не охраны здоровья.
В условиях рыночной экономики туризм можно рассматривать как вид предпринимательской деятельности, которая приносит прибыль и удовлетворяет специфические потребности, связанные с использованием свободного времени и с путешествиями. В пределах этого подхода туризм как вид хозяйственной деятельности имеет название «туристский бизнес».
Главными критериями по принадлежности субъектов хозяйствования к туристскому бизнесу являются: значение услуги, которую вырабатывает субъект, или всего произведенного туристского продукта для организации и реализации путешествия; зависимость продаж произведенного продукта от величины туристского спроса, причем на определенный продукт может существовать (и по обыкновению существует) спрос местного населения; наличие туристских потребностей, для удовлетворения которых предназначен произведенный субъектом хозяйствования продукт; получение прибыли субъектом от осуществления деятельности в сфере туризма.
Понятие туристского бизнеса считается более узким по сравнению с термином «туристская индустрия», поскольку последний охватывает всю функционирующую для поддержки туристского бизнеса и туристов институциональную сферу, в том числе и общественную.
Но изучение закономерностей функционирования и развития туристского бизнеса невозможно без исследования близкого и дальнего окружения его хозяйствующих субъектов, в том числе организаций разного уровня государственного регулирующего влияния. Только в таком случае будет обеспечено раскрытие экономической природы туризма с позиций системного подхода.
Поэтому участниками туристского бизнеса целесообразно считать три основные большие группы: туристы, субъекты хозяйственной деятельности (субъекты туристского бизнеса) и государственные и негосударственные неприбыльные организации, деятельность которых направлена на регулирование развития сферы туризма.
Углубление научных основ развития туризма инструментарием отраслевого менеджмента и использование его в практической деятельности позволяет сделать выводы о существовании альтернативных научных взглядов на экономические, экологические и социальные аспекты механизма развития туризма.
Они в равной мере касаются отдельных вопросов общего регулирования сегментов туристского рынка по приоритетным видам туризма; маркетинговым, экономическим и организационноуправленческим инструментам механизма развития субъектов хозяйствования - объектов туристской инфраструктуры; методов мотивации (или демотивации) потребителя туристских услуг, уровня образования относительно устойчивого развития туризма.
В последнее время в развитии туризма довольно заметно стали сказываться тенденции, связанные с общим экономическим ростом и отрицательными его последствиями влияния на окружающую среду.
Необходимость перехода к новой экономической парадигме жизнедеятельности человека, основанной на видении экономики как подсистемы в пределах глобальной экосистемы и туризма как интегрированной системы в пределах экономической системы, обусловили обоснование основных положений концепции устойчивого развития туризма.
Вместе с тем с общим динамическим расширением сектора туризма можно увидеть дальнейшее развертывание географии путешествий и диверсификацию туристских маршрутов. Ключевыми тенденциями качественных параметров развития стали: углубление сегментации рынка; быстрое развитие новых форм туризма, связанных с ознакомлением с природой, флорой и фауной, сельскими районами и культурным достоянием; повышенные

требования к качеству туристского обслуживания, проблемы охраны окружающей среды; охрана традиционной культуры и быта местного населения.

Международные туристские формальности стали той исходной точкой, которая поставила перед человечеством и перед научной общественностью задачи обеспечения безопасности туристского движения и туристской деятельности.

Международная общественность также определила основные аспекты отрицательного влияния интенсивного и неконтролируемого развития туризма, связанные с процессами глобализации. Теория глобализации является одной из важнейших проблем экономической науки. В общем плане глобализация означает выход национальных экономик за границы национальных границ.

Нельзя не согласиться с мнением В.Л. Мутко, С.А. Цветкова, А.В. Таймазова и М.Л. Антипова в том, что глобализация как переход от экономик отдельных стран к экономике международного масштаба оказывает ключевое влияние на все современные тенденции в развитии мирового хозяйства[9].

Импульсом этого процесса была НТР, в результате которой каждой стране стало невыгодно иметь собственное производство. Начался процесс поиска собственной ниши в мировом хозяйстве. Эта возрастающая взаимосвязь приобрела глобальный характер.

Поэтому в экономическом аспекте содержание глобализации состоит в возрастающем взаимодействии между странами: когда рынки товаров, целевого капитала все теснее взаимосвязанными, происходит значительное увеличение масштабов мировой торговли, валютных потоков, движения капитала, обмена технологиями, информацией и др.

Мы согласны с мнением Е.В. Бокаревой в том, что многим собственникам целевого капитала, возможно, потребуются дополнительные знания в области финансов и инвестиций для того, чтобы участвовать в разработке или выборе инвестиционной стратегии фондов[10].

Близкими являются понятия «интернационализация хозяйственной жизни», но глобализация - высший этап интернационализации, когда будет обеспечено объединение интересов, развитых и развивающихся, богатых и бедных стран, довольно устойчивое развитие всей глобальной системы и восстановление равновесия между обществом и природной средой. Проблемы глобализации имеют несколько аспектов: экономические, экологические, этнические.

Можно выделить несколько источников этих процессов, которые в совокупности образовывают явление глобализации в целом. К ним мы относим:

- - стабильные отрицательные экологические и другие последствия хозяйствования человека на планете, которые достигли масштабов, близких к опасности окончательного использования невозобновляемых природных ресурсов;
- - появление первых субъектов мировой экономики и политики (транснациональные корпорации, государства, межправительственные организации), объединение интересов которых позволяет им действовать глобально в одной или нескольких сферах жизнедеятельности;
- - активность таких субъектов направлена на обеспечение их текущих интересов.

Явления глобализации в международных отношениях первыми проявили себя тогда, когда транснациональные корпорации достигли оборотов, превышающих ВВП большинства государств; а кроме того, через транснациональную деятельность они получили возможность избежать национального контроля со стороны государственных и общественных структур отдельной страны.

Ресурсы позволили влиять на государства, фактически ограничивая их суверенитет. В совокупности все это означало, что в международной экономической деятельности утвердились новые центры принятия решений и практической власти, способные влиять на правила ее осуществления и даже формировать их на глобальном уровне (рис. 7).

Глобализация возникает на базе развитого международного разделения труда, кооперации, интернационализации разных видов деятельности. Она создает и развивает новые глобально взаимозависимые виды деятельности во всех сферах экономики, науки, культуры; порождает

необходимые ей финансовые потоки, не останавливаясь перед границами государств, и приводит к специфическим экологическим и другим глобальным последствиям.
Процессы транснационализации и глобализации в международном туристском бизнесе наиболее ярко сказываются в индустрии гостеприимности, в которой они приобретают форму гостиничных цепей.
М. Арифуллин отмечает, что гостиничное хозяйство динамично развивается. Услуги гостиничных предприятий (основные — размещение и питание — и ряд дополнительных) являются туробразующими и имеют долю, доходящую в ряде случаев до 40% в общей цене турпакета[11].



Рис. 7. **Глобализация мировой экономики***
•авторская разработка
Предмет исследования устойчивого развития туризма довольно широкий, сложный и практически неограниченный. Необходимо признать, что идеи, концепции и теории могут быть лишь предпосылкой устойчивого развития туризма, дискуссии о котором чаще базируются на утверждениях о ценностях, чем на эмпирических данных.
Малые формы туризма, т.е. небольшие туристские потоки к определенной дестинации (как правило, самодеятельный туризм), на первый взгляд, должны осуществлять меньшее отрицательное влияние на экологию и социально-бытовой уклад жизни местных общин. Однако это не всегда соответствует действительности, поскольку этот процесс почти не подвергается контролю и управлению, туристское движение недостаточно обеспечено необходимой инфраструктурой.
Недостаточность предметных исследований не позволяет сделать выводы о приоритетности развития туризма по сравнению с другими отраслями и секторами экономики по критериям масштабности влияния на окружающую природную и социальную среду каждого из них.
Важно определиться, что из альтернативных направлений и видов деятельности в структуре хозяйственного комплекса является более целесообразным. Одним из направлений является развитие сельского, зеленого, экологического и спортивно-оздоровительного туризма, что обуславливает восстановление народных традиций и местных промыслов, и лишь в определенной мере отрицательно влияет на окружающую среду.
Другое направление - интенсивная промышленная заготовка дерева, снабжение первичного сырья для деревообрабатывающей промышленности, что является также возможным путем решения социально- экономических проблем, но временным, с потерей культурной самобытности и рекреационного потенциала региона для будущих поколений.
Обоснование национальных и местных программ устойчивого развития туризма должно базироваться, на наш взгляд, на сравнительной комплексной характеристике всех рычагов влияния. Парадоксально, но на современном этапе вопрос развития зеленого и экологического

туризма как проявления постоянных («экологически рациональных») его форм является дискуссионным.

Быстрое развитие сектора туризма в развивающихся странах становится причиной серьезных социальных перекосов и увеличения «давления» на экосистемы и окружающую среду. Маркетинг впечатлений таких государств, а также их ограниченные возможности осуществления альтернативных стратегий развития является причиной особой актуальности планирования мероприятий по решению проблем влияния туристской деятельности на окружающую среду.

В решении вопросов устойчивого развития туризма ключевым фактором становится образование и уровень качества жизни населения. По мере создания туристской инфраструктуры абсолютной необходимостью становится развитие на национальном уровне общего туристского образования для населения в целом, в частности, в школах.

В.Р. Мединский пишет, что работодатель, причинивший ущерб имуществу работника, должен возместить этот ущерб в полном объеме. Размер ущерба исчисляется по рыночным ценам, действующим в данной местности на день возмещения ущерба[12].

С целью предоставления нового импульса реализации задач по оптимизации соотношений и эволюции системы «общество-природа», необходимо разработать конкретные механизмы и планы действий, а также графики их реализации на всех уровнях функционирования социума.

Изучение и анализ развития туризма необходимы для разработки и корректировки национальных стратегий развития туристских территорий.

В контексте устойчивого развития туризма ключевыми являются вопросы постоянного (беспрерывного) согласования и гармонизации взаимоотношений человека и его окружения по:

- - вектору времени - достижение краткосрочных и долгосрочных целей в решении альтернативных проблем получения быстрой и максимальной прибыли туристским бизнесом, использование туристских ресурсов в пределах возобновляемого процесса или оптимизация этих взаимоотношений;
- - вектору пространства - удовлетворение потребностей международного туристского движения и международного капитала в решении проблем географического продвижения туристских потоков во все новые местности, экологически чистые и заповедные зоны, труднодоступные места без определенных ограничений, улучшение экономических условий развития местных общин, консерватизм отдельных потенциальных дестинаций.

Нельзя не согласиться с мнением О. Васильевой в том, что консервативная идеология уберегала Россию от революционных потрясений, которые имели место в Европе. Тогдашняя революционная волна не преодолела российских границ[13].

Конфликт интересов в пределах каждого вектора является динамическим и многофакторным. Поэтому поиск путей решения его находится в плоскости соблюдения принципов и критериев устойчивого развития туризма, разработки механизма партнерства между всеми заинтересованными сторонами процесса. Критика отрицательного влияния туризма на окружающую среду совпала во времени с теоретической дискуссией о постоянном развитии общества и постоянном развитии туризма, и политических решениях по этим взаимосвязанным вопросам.

В разработку основ концепции устойчивого развития туризма как составной целостной парадигмы устойчивого развития общества в целом в том виде, в котором оно сложилось на современном этапе, заложено, как минимум, понимание сбалансированного единства экономических, социальных и экологических характеристик. Можно уверенно утверждать, что концепция устойчивого развития — ныне является безальтернативной основой моделирования развития мира, отдельных стран, регионов и межрегиональных образований, отдельных отраслей (видов экономической деятельности) и секторов экономики, субъектов хозяйствования.

Требования жизни обусловили углубление теории в разных научных направлениях и аспектах. Так, для социальной гуманитарной мысли характерным является видение будущего сквозь призму постиндустриализма как обязательного этапа развития цивилизации.

Критерий - это правило, по которому отбираются средства для достижения цели. Цель указывает желательное состояние системы в запланированном будущем периоде, а критерий определяет эффективный способ достижения цели, отвечает на вопрос, какой ценой может быть достигнута избранная цель.

Критерий устойчивого развития туризма должен быть согласован с критерием устойчивого развития общества в целом - обеспечением высокого уровня качества жизни[14]. В этом контексте можно утверждать, что именно туризм и возможность принимать участие в туристском движении является критерием устойчивого развития общества.

Учитывая общие методологические подходы к формированию критериев относительно любого процесса, а также суть целевой функции устойчивого развития туризма, необходимо сделать упор на множественности его составляющих. На наш взгляд, критерий устойчивого развития туризма должен быть триединым, взаимосвязанным по таким компонентам: доступность - качество - безопасность.

Конкретизируя каждую из компонент определенного критерия развития туристской области деятельности в контексте постоянства, укажем, что доступность предусматривает максимизацию удовлетворения туристских потребностей и уровня охвата разных демографических и социально-статусных групп населения туристским движением; качество - соответствие предложения туристских услуг разнообразным запросам потребителей в пределах общечеловеческих этических норм морали.

Безопасность как составляющую критериев устойчивого развития можно рассматривать проявлением или одной из свойств качества.

Однако, учитывая множественность факторов и межотраслевых взаимосвязей ее обеспечения, эта компонента выделена нами отдельно.

Таким образом, концепция устойчивого развития имеет сквозной характер и отражается в каждой сфере человеческой деятельности. Туризм как интегрированная система охватывает все стороны бытия и значительное количество привлеченных видов экономической деятельности для удовлетворения потребностей туристов, является приоритетным объектом имплементации критериев и принципов устойчивого развития, обуславливающих требования гармонического сосуществования всех субъектов туристского бизнеса с окружающей средой.

Источник:
https://bstudy.net/769883/turizm/kontseptsiya_ustoychivogo_razvitiya_turistskoy_industrii?ysclid=lh20vdhgkk917921684

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Устойчивое развитие туризма на национальном уровне (на примере одной стран).
2. Устойчивость биосферы.
3. Роль Глобального этического кодекса туризма в развитии устойчивого туризма.
4. Симплекс- метод решения задач линейного программирования, его достоинства и недостатки
5. Система экологического менеджмента с позиции устойчивого развития туризма.
6. Учение В.И. Вернадского о биосфере и её эволюции. Учение о ноосфере.

1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах

Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма

3. Цели занятия.

- ознакомление с основными типами математических моделей и методов, использующихся в социально-экономической области;
- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- ознакомление с формальным аппаратом математических моделей; выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основными задачами функционирования и развития туристической отрасли, решаемыми применяя математическое моделирование	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Виды математических моделей устойчивого развития туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма

Текст лекции.

Научное обоснование устойчивого функционирования сложных технических систем появилось еще в XX в. Термин «устойчивое развитие» - перевод английского научного термина sustainable development - был заимствован учеными из биологии и стал употребляться в других отраслях науки и техники.

Используя научные разработки в области теории вероятностей, математического, логического и физического моделирования, видные отечественные и зарубежные ученые создали теорию надежности сложных систем. Благодаря данным фундаментальным исследованиям удалось создать прикладные инструменты контроля и прогнозирования надежности в космической отрасли, энергетике, атомной промышленности, в военной сфере и др.

Данные исследования послужили основой для разработки теоретических и практических рекомендаций для иных сложных систем, в том числе социально-экономических. Впоследствии принципы надежности и устойчивого развития экономики нашли широкое практическое применение при разработке отраслевых программ развития:

промышленности, транспорта, торговли, связи и других отраслей производственной сферы и сферы услуг.

Туризм является сложной социально-экономической системой, в которой его экономические функции постоянно трансформируются в социальные, и наоборот. В связи с этим в последние годы наблюдается интерес к созданию концепции и инструментов устойчивого развития туризма как сложной социально-экономической системы.

Рассмотрим влияние основных факторов на устойчивое развитие туризма. Число таких ……

Экономико-математическое моделирование устойчивости сложной многофакторной системы начинается с классификации факторов и группировки их по определенным признакам воздействия на систему. При этом следует выявить природу и степень воздействия каждого из факторов на всех основных стадиях жизни системы: создания (формирования), становления (нормального функционирования в заданных параметрах) и последующего преобразования (модернизации).

Природа воздействующих на систему факторов частично выявляется степенью прогнозирования каждого из них. Из всей совокупности факторов, определяющих устойчивое развитие туризма, часть являются непрогнозируемыми, другая часть - прогнозируемы с высокой вероятностью надежности прогноза и оставшаяся часть факторов - прогнозируются с низкой вероятностью.

При экономико-математическом моделировании устойчивого развития туризма как многофакторной социально-экономической системы следует учитывать:

• инфраструктурную составляющую (группа технологических, экономических, экологических, структурных, климатических и техногенных факторов);

• социальную составляющую (группа политических, трудоресурсных, демографических и иных факторов).

В группе социальных факторов следует особо выделить человеческий фактор[2]. Стремительное развитие научно-технического прогресса предъявляет к человеку все более жесткие требования, а консервативный психоэмоциональный аппарат человека все чаще оказывается неспособным адаптироваться к новым высокоскоростным технологическим нагрузкам. Это означает, что психическая и биологическая адаптация человека не поспевает за быстротекущими социально- экономическими процессами.

Высококумулятивные стрессы человека являются причиной тяжелых техногенных аварий и катастроф. В настоящее время надежность сложных технических систем намного выше «надежности» биосистемы человека. Такой разрыв уже проявляется в форме непрогнозируемых отказов сложных технических объектов по причине человеческого фактора. Ученые прогнозируют рост таких отказов в будущем, в том числе в сложных социально-экономических системах.

На Международной конференции ЮНЕСКО в Салониках, которая подвела итоги Саммита по устойчивому развитию, состоявшегося в Рио-де-Жанейро, было подчеркнуто, что устойчивое развитие должно определяться не только инфраструктурными факторами. Главным фактором устойчивого развития сложных социально-экономических систем, включая туризм, был назван человек, а само определение «устойчивое развитие» получило расширенное научное толкование: социально-устойчивое развитие (Human Sustainable Development).

Исходя из этого, для туризма как сложной многофакторной социально-экономической системы целесообразно использовать именно это научное определение - «социально-устойчивое развитие».

С помощью предложенного алгоритма классификации факторов, определяющих социально-устойчивое развитие (рис. 1.6), по аналогии со сложными техническими системами, а также с учетом принципов ООН-ЮНВТО определим основные подходы к

экономико-математическому моделированию развития туризма как многофакторной социально-экономической системы.

В настоящее время не существует точных методик экономико-математического моделирования устойчивого развития сложных социально-экономических систем, в том числе устойчивого развития туризма. В связи с тем, что данные системы являются многофакторными, а сами факторы разно- направлены, основной метод моделирования таких систем — статистический. При этом накапливаются доступные и достоверные статистические данные по каждому фактору на определенном промежутке времени, группируются по своей физической и социально-экономической природе и описываются соответствующими математическими моделями (вероятностными распределениями)[3].

С развитием теории моделирования и совершенствованием электронно-вычислительной техники в перспективе можно вести речь о динамическом моделировании устойчивого развития многофакторных социально-экономических систем, в том числе в режиме реального времени.

Основной проблемой любой методики оценки надежности функционирования сложной системы является достоверная аппроксимация статистической информации соответствующим вероятностным распределением.

С учетом принятой системы классификации основных факторов, их природы и возможности вероятностного прогнозирования предпримем попытку экономико-математиче-

Факторы, определяющие устойчивое развитие туризма ского моделирования трех основных состояний (стадий жизни) многофакторной системы

Стадия создания (формирования) любой сложной системы характеризуется высокой интенсивностью так называемых приработочных отказов, что приводит к нарушению (изменению) заданных социально-экономических показателей системы. Длительность данного периода зависит от исходных параметров системы, способности ее к адаптации под воздействием приведенных факторов. На этой стадии система «встраивается» в соответствующую среду и основное воздействие на нее на этом промежутке времени будут оказывать непрогнозируемые факторы.

…..

Экономическая составляющая устойчивого развития туризма проявляется через развитие региональных экономик, пополнение доходной части бюджетов всех уровней, а также развитие сопутствующих отраслей экономики через мультипликативный эффект туризма.

Воздействие экологической составляющей устойчивого развития туризма в условиях глобализации проявляется через состояние окружающей среды и качество туристско-рекреационных ресурсов.

Источник:
https://bstudy.net/797349/turizm/ekonomiko_matematicheskoe_modelirovanie_ustoychivogo_razvitiya_turizma_nauchnye_podhody?ysclid=lh20r1r1ns631795558

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Идеи Н.Н. Моисеева о коэволюции человека и природы.
2. Индикаторы устойчивого развития туризма.
3. Классификация целей экономических систем.
4. Конференция по окружающей среде и устойчивому развитию в Рио-де-Жанейро (1992). Основные итоги и материалы.
5. Критерии и показатели устойчивого развития.
6. Локальный уровень устойчивого развития. Факторы и механизмы, определяющие возможности устойчивого развития.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Моделирование социально-экономических процессов

Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. Математические модели и их свойства.

3. Цели занятия.

- изучить основные понятий современной теории с точки зрения возможности моделирования социально-экономических процессов;
- ознакомить обучающихся с основными проблемами принятия социально-экономических решений;
- ознакомление с основными типами математических моделей и методов, использующихся в социально-экономической области;
- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- ознакомление с формальным аппаратом математических моделей.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Сущность, виды и функции моделей.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Вещественные и абстрактные модели.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Математические модели и их свойства.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Моделирование социально-экономических процессов

Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики

3. Цели занятия.

- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основные понятия систем массового обслуживания	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Классификация и характеристики	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Двойственные модели и их применение для нахождения оптимальных решений
2. Метод графов
3. Методы нахождения допустимых решений в транспортных задачах
4. Методы рационального принятия решений
5. Необходимость построения математических моделей.
6. Необходимость управления запасами и математические модели управления запасами

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: доклад
Перечень тем рефератов к темам раздела 1:

1. Сущность рыночного прогнозирования и планирования.
2. Цели и задачи прогнозирования и планирования.
3. Взаимосвязь прогнозирования и планирования.
4. Математические модели и их свойства.
5. Модели социально-экономических процессов.
6. Линейное программирование и задачи, которое оно решает.
7. Каноническая и стандартная формы.

Методические материалы по выполнению доклада.
Рекомендуется следующая структура доклада:
1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;

4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;

8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

1. Термин «модель» обычно означает упрощенную реальность или …
будущего
А) опровержение
Б) доказательство
В) расчет - обоснование
Г) прообраз
Д) описание

2. Моделирование включает процессы …
А) постановки цели
Б) разработки теории
В) построения модели
Г) проверки модели на пригодность
Д) применение модели для получения новых знаний

3.Модели, упрощающие оригинал и сохраняющие подобие лишь по существу, называются …
А) изоморфными
Б) гоморфными
В) простыми
Г) имитационными

4. При моделировании заменяют …
А) модель на образ
Б) образ на модель
В) модель на реальную систему

Г) оригинал на модель
Д) модель на оригинал
5. Моделирование основывается на принципах …, когда по свойствам модели судят и о свойствах изучаемого объекта, явления, процесса.
А) соседства
Б) близости
В) аналогии
Г) одинаковой формы
Д) подобия
6. При физическом моделировании в модели воспроизводится оригинал с сохранением …
А)сходства.
Б) мнимого
В) виртуального
Г) геометрического
Д) алгебраического
Е) математического
7. Суть всех видов материального моделирования состоит в … отображении оригинала.
А) цветовом
Б) литературном
В) идеальном
Г) математическом
Д) материальном
8. Идеальное моделирование основывается на … аналогии оригинала и модели.
А) точной
Б) мыслимой
В) приблизительной
Г) мнимой
Д) идеальной
Е) любой
9. При знаковом моделировании моделями служат …
А) копии оригинала
Б) схемы
В) таблицы
Г) краткие описания
10.Модель – это
a) иерархическая система принципов системного анализа
b) несовместный с другими вариант выбора
c) метод проведения исследований
d) условный образ исследуемой системы
e) требование, которому должны удовлетворять значения показателя функции полезности
f) система регулятивных принципов практической или теоретической деятельности человека
11. Научное исследование – это…….(несколько вариантов ответа):
a) изучение причинно-следственных связей, возникающих в реальной действительности
b) система регулятивных принципов практической или теоретической деятельности человека
c) совокупность принципов системного анализа

d) познавательная деятельность ученого, в процессе которой вырабатывается объективное знание об изучаемом явлении или процессе

e) познавательная деятельность ученого, в процессе которой вырабатывается субъективное знание об изучаемом явлении или процессе

12. Абстрагирование – это……

a) совокупность приемов и закономерностей расчленения (мысленного или реального) предмета исследования на составляющие его части

b) выведение из общих положений определенных следствий, частных выводов (от общего к частному)

c) совокупность приемов и закономерностей соединения отдельных частей объекта в единое целое

d) мысленное отвлечение от несущественных частных свойств и связей объекта с целью выделения существенных признаков

e) умозаключение от частного к общему (к некоторой гипотезе)

f) исследование каких-либо процессов, явлений, систем путем построения и изучения моделей

g) нет правильного ответа

13. Политический процесс – это ….

a) отражает процесс развития материального производства, присущих ему производительных сил и производственных отношений

b) отражает те отношения, которые происходят в духовной сфере в широком смысле означает «общественный», т.е. принадлежащий не природе, а обществу

c) в узком смысле отражает общественный процесс, происходящий в социальной сфере

d) выражает борьбу различных социальных сил за государственную власть, использование ее для реализации собственных экономических и политических интересов

14. Процесс – это….

a) Структура

b) Явление

c) нет правильного ответа

d) смена одного состояния другим

e) упорядоченная во времени последовательность элементарных событий

15. Социальный процесс – это….

a) отражает процесс развития материального производства, присущих ему производительных сил и производственных отношений

b) выражает борьбу различных социальных сил за государственную власть, использование ее для реализации собственных экономических и политических интересов

c) в широком смысле означает «общественный», т.е. принадлежащий не природе, а обществу; в узком – применяется для характеристики только тех процессов, которые происходят в социальной сфере

d) нет правильного ответа

16. Синтез – это……

a) умозаключение от частного к общему (к некоторой гипотезе)

b) совокупность приемов и закономерностей расчленения (мысленного или реального) предмета исследования на составляющие его части

c) совокупность приемов и закономерностей соединения отдельных частей объекта в единое целое

d) исследование каких-либо процессов, явлений, систем путем построения и изучения моделей

e) выведение из общих положений определенных следствий, частных выводов (от общего к частному)

f) мысленное отвлечение от несущественных частных свойств и связей объекта с цельювыделения существенных признаков

17. Неуправляемый процесс – это…….

a) процесс, характер которого не поддается изменению в нужном направлении

b) процесс, который носит спонтанный характер

c) процесс, который поддается изменению в нужном направлении при сознательном воздействии на них

d) нет правильного ответа

18. К общенаучным методам исследования относят (несколько вариантов ответа):

a) восхождение от абстрактного знания к конкретному

b) социометрический метод

c) дедуктивный метод познания

d) контент-анализ;

e) системный анализ;

f) метод Дельфи

19. Индукция – это…..

a) совокупность приемов и закономерностей соединения отдельных частей объекта в единое целое b) выведение из общих положений определенных следствий, частных выводов (от общего к частному)

c) умозаключение от частного к общему (к некоторой гипотезе)

d) совокупность приемов и закономерностей расчленения (мысленного или реального) предмета исследования на составляющие его части

e) мысленное отвлечение от несущественных частных свойств и связей объекта с целью выделения существенных признаков

f) исследование каких-либо процессов, явлений, систем путем построения и изучения моделей

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах

Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма

3. Цели занятия.

- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Устойчивое развитие	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Модели устойчивого развития	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Модели устойчивого развития туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Введение А.И. Воейковым понятия «ёмкость Земли для человека».
2. Всемирный саммит по устойчивому развитию в Йоханнесбурге (2002). Основные итоги и материалы.
3. Глобальные модели «ядерной зимы» и «пределов роста» Н.Н. Моисеева, Д. Форестера, Д. Медоуза, Римского клуба. Достоинства, недостатки и значение этих моделей.
4. Глобальный уровень устойчивого развития. Факторы и механизмы, определяющие возможности устойчивого развития.
5. Государственный (национальный) уровень устойчивого развития.

1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах

Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма

3. Цели занятия.

- ознакомление с основными типами математических моделей и методов, использующихся в социально-экономической области;

- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- ознакомление с формальным аппаратом математических моделей; выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основными задачами функционирования и развития туристической отрасли, решаемыми применяя математическое моделирование	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Виды математических моделей устойчивого развития туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Переход Российской Федерации на путь устойчивого развития.
2. Понятие «устойчивое развитие».
3. Постановка задач оптимизации: решающие переменные, ограничения, показатель качества
4. Предпосылки научного понимания взаимодействия человека и природы (археологические культуры и их взаимоотношение с природой).
5. Региональный уровень устойчивого развития. Факторы и механизмы, определяющие возможности устойчивого развития.
6. Родоначальники формализованного описания экономики.
7. Роль Глобального этического кодекса туризма в развитии устойчивого туризма.
8. Технологии устойчивого туризма.
9. Типы математических моделей

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: практико-ориентированные задания.
Перечень тем практико-ориентированные задания к темам раздела 2:
1. Работа с рекомендованной литературой и источниками (составление аннотации).
2. Таблица "Археологические культуры и их влияние на окружающую среду".
3. Тематическая презентация "Археологическая культура и ее влияние на окружающую среду" (выбор археологической культуры по желанию студента).
4. Характеристика индустриального и постиндустриального этапов развития общества. Влияние человека на окружающую среду в указанные этапы.
5. Тематическая презентация "Опыт перехода зарубежных стран к устойчивому развитию" (выбор страны по желанию студента).
6. Таблица "Опыт перехода к устойчивому развитию в зарубежных странах" (по результатам тематических презентаций). Обобщения после заполнения таблицы (письменно).

7. Письменный анализ содержания следующих разделов стратегии устойчивого развития Российской Федерации:
1) Внешнеполитический аспект стратегии устойчивого развития России.
2) Экономическая стратегия устойчивого развития России.
3) Экологическая политика. Стратегия природопользования и экологизации хозяйственной деятельности России.
4) Социальный аспект стратегии устойчивого развития России.
5) Территориальный аспект стратегии устойчивого развития России.
6) Стратегия развития науки и высоких технологий РФ.
8. Реализация вышеуказанных аспектов стратегии устойчивого развития РФ (программы, мероприятия и т.д.) на региональном уровне (например, в Алтайском крае).

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

1. В концепции устойчивого развития гостиничного предприятия выделяют следующие подходы:
А. Экономический, социально-экономический
Б. Социальный
В. Экономический
Г. Правовой
Д. Гуманитарный

2. Выберите ключевые направления перехода гостиницы к устойчивому развитию:
А. Энергоэффективность, ресурсосбережение
Б. Энергоэффективность, ресурсосбережение, минимизация отходов, сохранение аутентичности среды функционирования, корпоративная культура и ответственность, социальная значимость, экологичность
В. Соблюдение экологических норм и правил в деятельности
Г. Внедрение стандартов качества экологического менеджмента

3. Расширенное экономическое воздействие индустрии туризма и гостеприимства на экономику страны (региона пребывания туристов) называется:

А) мультипликативный эффект
Б) мультикультурный эффект
В) мультивариативный эффект

4. Доход туристской дестинации складывается из следующих статей:

А) прямой доход от продажи мест в средствах размещения
Б) доход от продажи туристских услуг средствами размещения, экскурсионными компаниями, предприятиями питания, туроператорами.
В) доход от продажи туристских услуг средствами размещения, экскурсионными компаниями, предприятиями питания, туроператорами, а так же товаров и услуг предприятий легкой, строительной, транспортной промышленности.

5. Из предложенных вариантов ответов выберете тот, в котором перечислены основные направления влияния индустрии туризма и гостеприимства на экономику региона.

А) оказывает влияние только на экономику региона.
Б) оказывает влияние только на социальные проблемы общества.
В) оказывает экономическое, социальное и гуманитарное влияние.

6. Гуманитарное значение индустрии туризма и гостеприимства заключается в:

А) обеспечении занятости населения, рациональном использовании свободного времени, притоке валюты в регион.

Б) сезонной дифференциации цен, развитии дорожно-транспортной инфраструктуры, увеличении спроса на сувенирную продукцию.
В) развитии личности, совмещении отдыха с познанием, мирной направленности, воспитании подрастающего поколения.

7. Выберете проблемы, возникающие в регионе в процессе развития индустрии туризма и гостеприимства.

А) Сезонность нагрузки, транспортные и социально-психологические проблемы.
Б) В регионе не возникает никаких проблем.
В) Сезонность нагрузки и нехватка квалифицированных кадров.

8. Каким образом можно решить проблему сезонности в индустрии туризма и гостеприимства?
А) Давать рекламу в специализированных изданиях, продумать систему скидок для постоянных клиентов, сокращать штат на туристских предприятиях.
Б) Предложить сезонную дифференциацию цен, развивать несезонные формы отдыха, обеспечить полноценный отдых в несезон.
В) Расширение местного производства услуг, развитие подсобных хозяйств, поиск альтернативных трасс для доставки туриста к объектам туристского показа и развлечений.

9. Дополните определение «Устойчивое развитие индустрии туризма и гостеприимства – это способность туризма в течение длительного периода времени сохранять свои количественные и качественные показатели, т. е. оправдывать ожидания _____, как в короткий, так и продолжительный период, не нанося ущерба окружающей среде той территории, которая заинтересована в этом явлении»
А. Инвесторов
Б. Правительств
В. Резидентов и туристов (гостей)
Г. Туристов
Д. Местного населения

10. Каков основной инструмент региональной администрации в организации системы устойчивого развития индустрии туризма и гостеприимства туризма?
А) создание и реализация целевой программы
Б) поддержка исследований в области отдельных видов туризма
В) формирование специального органа управления

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«*Зачтено*» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной

негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ ПО МАСТЕР-ПЛАНИРОВАНИЮ ТУРИСТСКИХ ПРОСТРАНСТВ

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала**
Раздел 1. ОСНОВЫ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ	
Тема 1.1. Стратегическое целеполагание и территориальное планирование	Цели, задача, эволюция территориального планирования. Документы территориального планирования. Методы анализа социально-экономических и демографических процессов и показателей для территориального планирования.
Тема 1.2. Системный подход территориальной организации туризма	Принципы, условия и факторы территориального планирования Учёт региональной специфики территориального планирования. Комплексность и системность территориального планирования. Подсистемы территориального планирования
Раздел 2. ОСНОВЫ МАСТЕР-ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ	
Тема 2.1. Понятие и компоненты мастер-плана	Понятие мастер-плана. Цели, задачи. Отличие мастер-плана от туристского кластера. Компоненты и элементы мастер-плана. Опыт применения мастер-планов в России. Отличительные особенности мастер-планирования от других форм планирования в сфере туризма. Источники данных и методы их обработки для мастер-планов
Тема 2.2. Уровни и специфика мастер-планирования	Уровни туристского мастер-плана: федеральный, макрорегиональный, региональный, локальный. Установление коммуникаций между органами региональных властей

	различных территорий при планировании межрегиональных туристских пространств. Отличительные особенности мастер-планирования от других форм планирования в сфере туризма. Экологические аспекты и сохранение природных ресурсов при планировании туристских пространств. Социальные и демографические аспекты планирования туристских территорий. Принцип сохранения уникальности территорий. Зоны с особыми условиями при проектировании территорий. Требования к составу, содержанию и оформлению мастер-плана туристской территории. Источники финансирования мастер-плана туристской территории. Ключевые факторы успеха реализации мастер-плана. Конструктивные решения при формировании мастер-плана
Раздел 3. ТЕХНОЛОГИЯ МАСТЕР-ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ	
Тема 3.1. Этапы мастер-планирования	Предпроектный анализ территории. Обоснование необходимости мастер-плана. Источники финансирования мастер-плана туристской территории. Стейкхолдеры при планировании туристских пространств. Принцип диверсификации туристских предложений для различных потребительских групп при мастер-планировании. Исследование туристских запросов при проектировании туристских пространств. Виды ресурсов, используемых в мастер-планировании туристских пространств. Конструктивные решения при формировании мастер-плана. Дорожная карта мастер-плана
Тема 3.2. Маркетинг и брендинг проектируемых пространств	Продвижение проектируемой туристской территории. Формирование концепции туристского бренда проектируемой территории. Маркетинговый план. Этапы выполнения. Инструменты продвижения. Использование региональной специфики.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных

идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к лабораторным занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. ОСНОВЫ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Тема 1.1. Стратегическое целеполагание и территориальное планирование
Вопросы для самоподготовки:

1. Комплексный взгляд на сферу туризма при планировании туристских пространств
2. Картографический метод планирования туристских территорий
3. Установление коммуникаций между органами региональных властей различных территорий при планировании межрегиональных туристских пространств
4. Исследование туристских запросов при проектировании туристских пространств
5. Виды ресурсов, используемых в мастер-планировании туристских пространств
6. Принципы зонирования туристской территории

Тема 1.2. Системный подход территориальной организации туризма
Вопросы для самоподготовки:

1. Социальные и демографические аспекты планирования туристских территорий
2. Принцип сохранения уникальности территорий
3. Зоны с особыми условиями при проектировании территорий
4. Экологические аспекты и сохранение природных ресурсов при планировании туристских пространств

Раздел 2. ОСНОВЫ МАСТЕР-ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ
Тема 2.1. Понятие и компоненты мастер-плана
Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие мастер-плана. Цели, задачи.
2. Отличие мастер-плана от туристского кластера
3. Компоненты и элементы мастер-плана
4. Опыт применения мастер-планов в России

5. Отличительные особенности мастер-планирования от других форм планирования в сфере туризма
6. Источники данных и методы их обработки для мастер-планов
7. Дорожная карта мастер-плана

Тема 2.2. Уровни и специфика мастер-планирования
Вопросы для самоподготовки:

1. Уровни туристского мастер-плана: федеральный, макрорегиональный, региональный, локальный
2. Зонирование туристской территории с помощью мастер-плана
3. Оптимизация туристской инфраструктуры и транспортной сети как функция мастер-плана
4. Привлечение инвестиций и стимулирование туристского бизнеса как функция мастер-плана

Раздел 3. ТЕХНОЛОГИЯ МАСТЕР-ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Тема 3.1. Этапы мастер-планирования
Вопросы для самоподготовки:

1. Предпроектный анализ мастер-плана туристской территории
2. Постановка целей и задач мастер-плана
3. Проработка сценариев развития туристской территории
4. Разработка концепции мастер-плана туристской территории
5. Зонирование туристской территории

Тема 3.2. **Маркетинг и брендинг проектируемых пространств**
Вопросы для самоподготовки:

1. Разработка маркетингового плана туристской территории
2. Проведение SWOT-анализа туристской территории
3. Брендинг туристских территории

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. ОСНОВЫ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Тема 1.1. Стратегическое целеполагание и территориальное планирование
Иллюстрации:



Подходы к стратегическому планирования
Источник: http://images.myshared.ru/4/111028/slide_33.jpg
Тема 1.2. Системный подход территориальной организации туризма
Иллюстрации:

Не предусмотрены

Раздел 2. **ОСНОВЫ МАСТЕР-ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ**
Тема 2.1. Понятие и компоненты мастер-плана
Иллюстрации:



Рис. Понятие мастер-план

Источник: https://studme.org/405376/turizm/standarty_gostinichnoy_industrii?ysclid=lh7oxujmxn743095712

Тема 2.2. Уровни и специфика мастер-планирования
Иллюстрации:



Уровни планирования

Источник: https://studfile.net/preview/3539709/page:48/

Раздел 3. ТЕХНОЛОГИЯ МАСТЕР-ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ
Тема 3.1. Этапы мастер-планирования
Иллюстрации:



Источник: https://studwood.net/769086/menedzhment/sistema_menedzhmenta_kachestva_suschnost_soderzhanie?ysclid=lh7ojd2hhe704231482

Тема 3.2 Маркетинг и брендинг проектируемых пространств



Маркетинг туристских территорий

Источник: https://studfile.net/preview/10073179/page:41/



Брендинг туристских территорий

Источник: https://filling-form.ru/pars_docs/refs/86/85618/85618_html_m54d7dca1.png

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

− внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

− ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При

оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней

странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных

или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;

- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. ОСНОВЫ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. ***Стратегическое целеполагание и территориальное планирование***

Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о стратегическом целеполагании
- получение обучающимся основных сведений о территориальном планировании

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Различные подходы к содержанию понятия «качество».	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. *Стратегическое целеполагание и территориальное планирование*

Текст лекции.

Применительно к стратегическому планированию социально-экономического развития муниципальных образований, согласно № 172-ФЗ, целеполагание – это определение направлений, целей и приоритетов социально-экономического развития. Данная трактовка целеполагания позволяет определить эту составляющую стратегического планирования как систему взаимосвязанных действий,

результатами которых являются формулировки направлений, целей и приоритетов стратегического развития.

Принципы целеполагания: Точная и четкая формулировка собственных целей, применительно к данной конкретной ситуации. Определение целей других лиц и организаций, на которых направляется воздействие. Определение характера взаимосвязи целей других лиц и организаций, на которых оказывается воздействие, а также взаимосвязь возникающих задач. Определение вероятных последствий достижения сформулированных целей.
В психологии принято выделять два вида (типа) целеполагания: активное (осознанное) и пассивное (бессознательное).

У любого субъект-субъектного взаимодействия есть главная цель, подзадачи и средства их решения.
Основные стратегические цели
фирмы;

1. поиск и ускоренное заполнение новых рыночных ниш
2. существенное повышение уровня обслуживания покупателей
3. рост суммы прибыли и уровня рентабельности деятельности
4. снижение уровня хозяйственных рисков
5. рост суммы собственного капитала и повышение рыночной стоимости фирмы

Уровни целеполагания
Уровни сформированной целеполагания

1. Отсутствие цели

2.Принятие практической цели

3.Переопределение познавательной задачи в практическую.

4.Принятие познавательной цели.

5. Переопределение практической задачи в теоретическую

6.Самостоятельная постановка учебной цели.

Процесс целеполагания – это коллективное действие, каждый ученик – участник, активный деятель, каждый чувствует себя созидателем общего творения.
Процесс целеполагания – это коллективное действие, каждый ученик – участник, активный деятель, каждый чувствует себя созидателем общего творения. Основные характеристики целей в стратегическом планировании
Основные характеристики цели стратегического планирования заключается в следующем:

1. четкая ориентация на определенный интервал времени;
2. конкретность и измеримость;
3. непротиворечивость и согласованность с другими миссиями и ресурсами;
4. адресность и контролируемость.

Основные процедуры стратегического планирования
Для стратегического (как и в других вариантах планирования) существует пять основных этапов:

1. Анализ среды.
2. Постановка цели.
3. Выбор стратегии, разработка плана.
4. Реализация выбранной стратегии.
5. Контроль, оценка.

Территориальное планирование - научная, проектная, управленческая деятельность, целью которой является оптимальное территориальное размещение и сочетание населения, производства и различных форм природопользования.

Территориальное планирование является основой стратегии развития муниципального образования, определяет социально-экономическое и экологическое развитие крупных территориальных образований (стран, регионов, их частей).

В итоге, несмотря на разнообразие подходов к территориальному планированию, можно выделить его основные общие задачи:

1. Развитие территории (в том числе социальной и производственной инфраструктуры)
2. Восстановление, сохранение и использование историко-культурного наследия
3. Улучшение экологической ситуации и охрана природных ресурсов
4. Развитие транспортной сети и инженерной инфраструктуры

Принципы территориального планирования определяются:

1) оптимальным размещением социально значимых объектов;

2) выявлением привлекательных для частных инвестиций направлений экономики;

3) кластеризацией промышленного производства и формированием технологических циклов;

4) развитием муниципальной сети объектов природного и историко-культурного наследия.

Источник: https://studfile.net/preview/7112269/page:4/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Подходы к территориальному планированию.
2. Эволюция подходов в территориальное планирование.
3. Принципы территориального планирования
4. Стратегическое целеполагание в территориальном планировании

Тема 1.2. Системный подход территориальной организации туризма

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений территориальном планировании туристских местностей
- получение представлений о туристском проектировании туристских местностей
- рассмотрение принципов территориального планирования

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие туристская местность	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Территориальная организация туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
3.	Подходы к территориальной организации туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

		Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Системный подход территориальной организации туризма

Текст лекции.

Территориальное проектирование туристских местностей – это специальный вид градостроительной деятельности по разработке проектов территориального планирования туризма для регионов разного типа.

а базе территориальных проектов создаются проекты архитектурно-планировочной организации туристской территории – разрабатывается документация по их планировке (проекты планировки территории и проекты межевания земель) для строительства и обустройства туристских местностей (территорий). Это воплощение в реальный проект* на конкретной местности взаимного размещения объектов и инфраструктуры туризма, составляющих целостную территориальную туристско-рекреационную систему**. Система выявляется в процессе туристско-рекреационного районирования (иногда и экономического районирования) и формирования туристско-рекреационных комплексов, а взаимное положение объектов в ней в значительной степени определяется отношениями их «функций места»

Планировочная задача по существу представляет собой практически осуществляемую на местности оптимизацию «функций места» совокупности объектов, создаваемых в пределах туристско-рекреационных районов и зон. Альтернативой «функции места» является «дисфункция места», т.е. сокращение или полное прекращение их функционального целевого использования*. Причины дисфункции туристско-рекреационных территорий разные – геополитические, географические, экономические, планировочные и др. Особая причина – смена моды на отдельные виды отдыха, санаторно-курортного лечения и туризма. Для нас важно обратить внимание на возможные ошибки территориального проектирования туристских местностей. Они носят комплексный характер, так как в проектах должны быть учтены ключевые (базовые) природные и/или социально-экономические факторы развития проектируемой территории, а также подобраны адекватные территориальные формы организации туризма. Планировочная ошибка в итоге – это неудачно выбранное место, которое не способно выполнять заданные (проектируемые) туристско-рекреационные функции и зря вложенные большие капитало-вложения.Различают содержательные (например, туристско-рекреационные) и пространственные функции, и дисфункции территорий и объектов. Неиспользуемые в туризме территории и их пустующие, и разрушающиеся здания/объекты продолжают выполнять негативные пространственные функции: «место занято», оно мешает развитию соседних территорий и нарушает комфортность условий жизни, разрушает целостность территории (города), порождает тупиковые транспортные «места», требующие создания объездных дорог и коммуникаций, такие ареалы становятся очагами экологических проблем и т.д. Заброшенные территории следует расчищать, и решать вопрос о дальнейшем использовании с сохранением туристско-рекреационного назначения или ее трансформации.

Эффективность проекта оценивается характером и уровнем использования объектов и инфраструктуры туризма. Разработка проектной документации начинается на стадии

пространственного планирования: территориального планирования регионов-субъектов РФ и муниципальных образований и градостроительства. Разделы «Туризм и рекреация», как правило, включены в схемы территориального планирования и генпланы, а карты – в графические про-ектные материалы. В туристских разделах этих документов внимание сосредоточено на отдельных, наиболее важных и/или проблемных составляющих регионального туристско-рекреационного комплекса или всех его элементах. Это часто отражается и в названиях туристских разделов. Эти документы являются продолжением стратегий и программ социально-экономического развития региона (города), так как должны показать локализацию «новостроек» на проектных картах туристских территорий. Итак, территориальное проектирование туристских местностей – особый вид градостроительной деятельности по разработке проектов территориального планирования туризма. Это пространственная «детализация» проектов туризма, которые обычно включены в проектные блоки (разделы) региональных стратегий социально-экономического развития. На базе территориальных проектов туристских местностей со-здаются проекты их архитектурно-планировочной организации – разрабатывается документация по планировке территорий (проекты планировки территории и проекты межевания земель) для строительства и обустройства туристских местностей. Территориальное проектирование проводится для разных типов туристских местностей (туристских территорий). Они различаются по наличию ресурсов, характеру и уровню освоенности, и стадии развития, площади и размещению. При этом предметом проектирования является разработка территориальных туристско-рекреационных систем с определенными функциями в неосвоенных (с потенциальными туристско-рекреационными ресурсами), новых и старых туристских местностях (районах). Проектирование туристского пространства как «мест» для отдыха, санаторно-курортного лечения и туризма проводится на основе изучения и диагностики потенциальных туристско-рекреационных ресурсов (природных, культурно-исторических и социально-экономических). При этом учитывается оптимальная потребность в туристско-рекреационных территориях в расчете на одного человека и проектируется оптимальная транспортная доступность. Используются региональные градостроительные нормативы.

Принципы территориального планирования определяются:

1. 1) оптимальным размещением социально значимых объектов;
2. 2) выявлением привлекательных для частных инвестиций направлений экономики;
3. 3) кластеризацией промышленного производства и формированием технологических циклов;
4. 4) развитием муниципальной сети объектов природного и историко-культурного наследия.
5. Федеральный уровень. Ответственность за него несёт Федеральное министерство территориальной организации, строительства и градостроительства.
6. Региональный уровень. Является промежуточным между земельным и муниципальным планированием. Его задача — координация плановых решений, принятых отдельными общинами, и приведение их в соответствие с целями земельного планирования.
7. Местный уровень. Находится в компетенции местного самоуправления. В нём различают планирование развития муниципальных образований и перспективное развитие градостроительства.
   Источник: https://studref.com/495827/turizm/menedzhment_v_turizme

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Принципы, условия и факторы территориального планирования
2. Учёт региональной специфики территориального планирования.
3. Комплексность и системность территориального планирования.
4. Подсистемы территориального планирования.

Раздел 2. ОСНОВЫ МАСТЕР-ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Тема 2.1. Понятие и компоненты мастер-плана

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о понятии мастер-плана, его структуре
- получение знаний о целях, задачах мастер-плана, функциях
- изучение отличий мастер-плана от туристского кластера.
- получение прикладн*ых знаний о* компонентах и элементах мастер-плана.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие мастер-плана, цели, задачи, функции	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Источники данных и методы их обработки для мастер-планов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Понятие и компоненты мастер-плана

Текст лекции.

Мастер-план — это стратегия пространственного развития, содержащая выраженную градостроительную компоненту, в инициативном порядке разрабатываемая публичной властью при участии представителей различных групп населения, в том числе горожан, властей и представителей бизнеса. Разработка жёстких требований по содержанию необязательна, поскольку документ требует гибкости в разработке. Мастер-план включает в себя следующие элементы:

1. Зонирование территории
2. Инфраструктура
3. Архитектурные решения
4. Ландшафтное планирование
5. Экологическая сбалансированность

Мастер план имеет долгосрочное значение и оказывает огромное влияние на будущее развитие городов и территорий. Мастер-план – это **инструмент стратегического планирования, который носит декларативный характер**. Он позволяет выбрать желаемое направление развития и отличается от генерального плана меньшей детализацией.

Мастер-план отвечает на более общие вопросы: по каким принципам будет развиваться территория, как она изменится через определенное количество лет и какие мероприятия понадобятся для внедрения этих изменений.

*Ту*ристический мастер-план — это комплексный документ на стыке стратегического социально-экономического и пространственного планирования с учетом всех природных, социально-экономических, историко-культурных и инфраструктурных особенностей территорий. Он позволит реализовать комплексный подход к развитию туризма и поможет синхронизировать действия стейкхолдеров на всех уровнях.

До введения макрорегионального подхода в России туризм регламентировался текстовыми документами, определяющими цели и направления развития отрасли, — никаких карт, схем и планов территории. Кроме того, существует много туристических точек притяжения, которые находятся на стыке нескольких регионов, как, например, Байкал: его делят Иркутская область и Республика Бурятия. С помощью мастер-планов создаются новые документы с прикладной составляющей — маршруты и туристско-рекреационные кластеры межрегионального формата без привязки к административным границам.

В 2022 году завершится разработка трех пилотных мастер-планов: «Западный Юг России», который объединяет регионы западного побережья Черного моря; «Дальний Восток», куда входят Камчатка, Сахалин и Приморье; и «Большое Золотое кольцо», объединяющий девять областей центральной России, расположенных вокруг Москвы. Также осенью стартовала работа над проектом «Из Москвы в Санкт-Петербург» (северо-западное направление ЦФО и СЗФО). Мастер-планы для остальных восьми туристических макрорегионов будут разработаны в 2023–2024 годах. Реализация мероприятий, заложенных в проектах, запланирована до 2035 года и будет происходить в несколько этапов согласно дорожным картам, предусмотренным для каждого макрорегиона.

Разработка макрорегиональных туристических мастер-планов ведется в четыре этапа. Первый — это комплексный анализ всей информации о территории: статистики и пространственных данных, результатов социологических опросов, Big Data и т.д. Затем прорабатываются стратегические проектные решения на весь макрорегион, в том числе прогнозируется турпоток, необходимый объем номерного фонда, архитектурный код и маркетинг туристических мест. Третий этап — это разработка концепций комплексов туристической инфраструктуры всесезонных курортов. Финальный четвертый этап — формирование дорожной карты реализации проекта и подготовка предложений по внесению изменений в законодательство.

Цели этих проектов — максимально раскрыть туристические возможности макрорегионов, сформировать на их территории комфортное пространство для путешествий разных групп туристов, повысить уровень и разнообразие туристических услуг и создать возможности для круглогодичного отдыха, снизив фактор сезонности. За счет распределения турпотока и спроса на услуги увеличится вклад туризма в экономику регионов, их инвестиционная привлекательность, а также будут минимизированы негативные эффекты от роста числа туристов. Например, из-за наплыва туристов на южном побережье Крыма тяжело найти свободные номера в гостиницах и постоялых домах, даже несмотря на то, что треть объектов размещения относится к серому рынку. При этом вниманием туристов обделены некоторые локации Черноморского и Каспийского побережья или пляжи Дальнего Востока.

Большое количество контрагентов и обременений существенно усложняют поиск площадок для размещения гостиничной инфраструктуры, тем более когда такая инфраструктура размещается комплексно — найти не только свободные, но и подходящие с точки зрения

доступности, видовых раскрытий и близости аттракций территории под отель, глэмпинг или арт-парк крайне затруднительно. К примеру, на Дальнем Востоке высокая доля ООПТ (особо охраняемых природных территорий) — это заповедники, национальные парки и заказники, в которых практически полностью запрещено строительство, а в центральной части страны — высокая степень урбанизации и связанный с этим дефицит свободных территорий.

Источник: https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/637f77819a79476c2b6a974b?from=copy
https://studme.org/405376/turizm/standarty_gostinichnoy_industrii?ysclid=lh7oxujmxn743095712

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятие мастер-плана. Цели, задачи.
2. Отличие мастер-плана от туристского кластера.
3. Компоненты и элементы мастер-плана.
4. Опыт применения мастер-планов в России.
5. Отличительные особенности мастер-планирования от других форм планирования в сфере туризма.
6. Источники данных и методы их обработки для мастер-планов

2. Тема лекционного занятия.
Тема 2.2. Уровни и специфика мастер-планирования

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о понятии мастер-плана, его структуре
- получение знаний о целях, задачах мастер-плана, функциях
- изучение отличий мастер-плана от туристского кластера.
- получение прикладн*ых знаний о* компонентах и элементах мастер-плана.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Уровни туристского мастер-плана: федеральный, макрорегиональный, региональный, локальный.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Установление коммуникаций между органами региональных властей различных территорий при планировании межрегиональных туристских пространств.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. **Уровни и специфика мастер-планирования**

Текст лекции.

Мастер-планирование – это разработка документа на стыке стратегического социально-экономического и пространственного развития. Для совершенствования туризма в России такой документ необходим не только, чтобы синхронизировать работу федеральных и

региональных властей, инвесторов, подрядчиков, экспертного сообщества и других участников отрасли. Мастер-план позволит применить комплексный подход к развитию туристических территорий.
В связи с ограниченностью ресурсов условием, определяющим возможность реализации Стратегии, станет фокусирование усилий и концентрация поддержки государства на территориях, обладающих наибольшим туристским потенциалом для создания конкурентоспособных туристских продуктов. На приоритетных территориях, которым будет оказана поддержка, необходимо сформировать качественный специализированный туристский продукт за счет комплексного подхода к развитию туристской и обеспечивающей инфраструктуры, транспортной доступности туристских территорий, уровня качества и сервиса услуг, а также обеспечить рост инвестиционной привлекательности и безопасности туристской деятельности.

Приоритетные территории развития туризма в Российской Федерации определяются с учетом региональных различий в обеспеченности туристскими ресурсами, текущей и потенциальной роли туризма в экономике, социальной значимости развития туризма для населения Российской Федерации. С учетом Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. N 207-р, приоритетным является развитие территорий, для которых туризм определен в качестве перспективной экономической специализации.
Государственная поддержка приоритетных территорий должна формироваться на принципе наибольшего вклада в достижение целей и целевых показателей Стратегии.
Приоритетным направлением Стратегии является комплексное развитие туристских территорий, включая развитие туристской инфраструктуры, коммунальной и транспортной инфраструктуры, развитие объектов показа и других объектов индустрии туризма, благоустройство туристских территорий, в целях создания конкурентоспособного туристского продукта.
Такой подход должен способствовать синхронизации планов по созданию объектов туристской и обеспечивающей инфраструктуры, существенному снижению инвестиционных рисков для всех участников развития туристских территорий. Взаимодействие федеральных и региональных органов власти, субъектов естественных монополий и представителей туристского бизнеса при планировании развития туристских территорий приведет к снижению административных барьеров, обеспечению оптимальных условий для инвестора при подключении к инженерным и телекоммуникационным сетям.
Инструментами координации и синхронизации мер по развитию туристских территорий станут создание и реализация планов развития приоритетных туристских территорий, включающих в себя концепцию развития туристской территории, мастер-планы развития туристских территорий, перечень инфраструктурных и инвестиционных проектов и финансовую модель реализации плана развития туристской территории.
Такие планы развития туристских территорий должны являться источником прогнозных данных об объеме туристского потока, о целевых группах туристов и способах их привлечения. В рамках этой работы определяются точки входа туристских потоков в регион (или туристскую территорию), прогнозируются и обеспечиваются их пропускная способность, скорость и удобство использования инфраструктуры. Планы развития туристских территорий также должны определять требования к качеству и формату туристской инфраструктуры, состоянию городской среды и общественных пространств.
Мастер-планы разрабатываются в отношении всей или части территории муниципальных образований в составе туристской территории и включают территории точек притяжения, места локализации коллективных средств размещения, зоны объектов вспомогательной и транспортной инфраструктуры, обеспечивающие развитие туристской территории, и иные

зоны, способствующие развитию приоритетной территории, в целях создания конкурентоспособного туристского продукта.

Мастер-план будет носить рекомендательный характер и являться основанием для внесения изменений в документы территориального планирования муниципальных образований в порядке, установленном Градостроительным кодексом Российской Федерации, а также станет неотъемлемой частью соглашений между уполномоченными федеральными органами исполнительной власти, региональными органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления муниципальных образований и другими заинтересованными организациями о создании территорий преференциального режима.

Выполнение условий соответствующих соглашений станет основанием для получения государственной поддержки и формирования специального преференциального режима на приоритетных туристских территориях. Льготы будут предоставляться резидентам территорий действия специального режима на основании соответствующих соглашений. Получить статус резидента на территории специального преференциального режима смогут те инвесторы, чьи инвестиционные проекты соответствуют плану развития туристских территорий, в том числе показателям финансовой модели, целевым показателям и локализации в соответствии с мастер-планом.

Государственную поддержку планов развития туристских территорий предусматривается осуществлять с учетом влияния их реализации на достижение целей Стратегии и объема запрашиваемых расходов бюджетов всех уровней.

Государственная поддержка плана развития туристской территории может включать формирование специального режима (территории опережающего социально-экономического развития или иные аналогичные режимы стимулирования инвестиций) с индивидуальным набором мер поддержки со стороны федеральных, региональных и муниципальных органов исполнительной власти, институтов развития Российской Федерации, в том числе возможность установления в пределах полномочий льготных налоговых ставок, выделение (резервирование) земельных участков для реализации инвестиционных проектов, субсидирование юридическим лицам (инвесторам) затрат на технологическое присоединение энергопринимающих устройств к электрическим сетям и газоиспользующего оборудования к газораспределительным сетям, за исключением муниципальных образований, на территориях которых созданы в соответствии с законодательством Российской Федерации территории опережающего социально-экономического развития, особые экономические зоны или зоны территориального развития.

Необходимо обеспечить комплексное туристское освоение территорий через включение объектов туристской инфраструктуры как целостной системы в схемы территориального планирования муниципальных районов и (или) генеральные планы городских поселений или городских округов, в том числе обеспечить участие бизнеса и профильных отраслевых объединений в подготовке и согласовании документов территориального планирования. Предоставление льгот на территории специального преференциального режима можно увязывать с утвержденными планами развития туристских территорий, закрепляя соответствующие мероприятия в соглашениях с субъектами Российской Федерации, муниципальными образованиями и инвесторами.

Источник: https://studfile.net/preview/3539709/page:48/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Уровни туристского мастер-плана: федеральный, макрорегиональный, региональный, локальный.

2. Установление коммуникаций между органами региональных властей различных территорий при планировании межрегиональных туристских пространств.
3. Отличительные особенности мастер-планирования от других форм планирования в сфере туризма.
4. Экологические аспекты и сохранение природных ресурсов при планировании туристских пространств.
5. Социальные и демографические аспекты планирования туристских территорий.
6. Принцип сохранения уникальности территорий.
7. Зоны с особыми условиями при проектировании территорий.
8. Требования к составу, содержанию и оформлению мастер-плана туристской территории. Источники финансирования мастер-плана туристской территории.
9. Ключевые факторы успеха реализации мастер-плана.
10. Конструктивные решения при формировании мастер-плана

Раздел 3. **ТЕХНОЛОГИЯ МАСТЕР-ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ**

Тема 3.1. Этапы мастер-планирования

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений об этапах мастер-планирования
- получение обучающимся знаний об инструментах мастер-планирования
- получение обучающимся представлений о стейкхолдерах при планировании туристских пространств.
- получение обучающимся знаний принципах диверсификации туристских предложений для различных потребительских групп при мастер-планировании.
- исследование туристских запросов при проектировании туристских пространств.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Предпроектный анализ территории.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Стейкхолдеры при планировании туристских пространств.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Этапы мастер-планирования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. **Этапы мастер-планирования**

Текст лекции.

Этапами мастер-планирование являются:

1. Анализ: оценка состояния территории, её особенностей, ограничений и потенциала.
2. Намечение главных направлений развития, постановка приоритетных задач.
3. Проработка сценариев развития. Мастер-план следует разработать в нескольких вариантах для дальнейших обсуждений.
4. Выстраивание общей стратегии развития, проработка идей будущего облика территории.
5. Утверждение финального варианта.

В ходе разработки мастер-плана важно собрать как можно больше исходных данных, произвести предварительные исследования: геологические, геодезические, инженерные, экономические, социальные и другие.

Мастер-план неразрывно связан с градостроительной документацией. Он должен соответствовать действующему федеральному, региональному и муниципальному законодательству.

По результатам рассмотрения мастер-плана развития туристской территории инвесторам, чьи инвестиционные проекты будут признаны удовлетворяющими целевым показателям и стратегии развития туристских территорий, может быть предложена поддержка по реализации инвестиционного проекта по развитию туристской территории.

Характеристики мастер-плана

• Ограниченное число приоритетов
• Оперирует категориями «ценности и принципы»=«видение», «угрозы и потенциалы развития»
• Комплексный характер
• Наглядность документа для широкой аудитории
• Больше политический нежели технический документ
• Долгосрочный характер
• Рамочный характер. Задает направления развития
• Сочетает вопросы проектирования и управления (механизмы развития)
• Более предназначен для работы со сложившейся средой
• Содержит механизмы оценки результатов

Инструменты мастер-планирования

• Инструмент координации. Способствует согласованию действий различных структур
• Инструмент прогнозирования. Формирование системы приоритетов, представлений о ресурсной основе развития
• Инструмент маркетинга. Позиционирование территориии и привлечение ресурсов развития
• Инструмент политики. Рост авторитета и основа лигитимности власти
• Инструмент вовлечения –создание площадки для общественного обсуждения и участия граждан в развитии территории

География мастер-планов

Федеральный уровень

География турпотоков, точки входа, транспортная обеспеченность, ревизия маршрутов, номерной фонд

Макрорегиональный уровень – 12 макрорегионов, 52 субъекта РФ, (80% спроса)-(проектный офис ООО «ПроГород» (Группа ВЭБ.РФ).

Большой Алтай
Байкал
Восточный Юг России
В рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и государственной программы «Развитие туризма» с 2022 до 2024 года предусмотрено:
- создание схемы туристического развития страны и
- схем 12 ключевых макротерриторий с наибольшим туристическим потенциалом.
2022 г. разработаны три пилотных проекта:
- «Дальний Восток» (Камчатка, Приморье, Сахалин),
- «Западный Юг России» (Республика Крым и Севастополь),
- «Большое Золотое кольцо» (Московская, Ивановская, Рязанская, Тульская, Калужская, Тверская,
Ярославская, Костромская, Владимировская области)
- схема туристического развития страны.
Проекты утверждены Правительством РФ и рекомендованы к реализации в качестве ключевых
ориентиров развития туристического потенциала регионов.
Стартовала работа над проектом «Из Москвы в Санкт-Петербург» (8 регионов Северо-Западного
направления).
В 2023 году начата разработка еще 3-х схем:
- «Байкал» (Иркутская область и Республика Бурятия)
- «Большой Кавказ» (Дагестан, Ингушетия, Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкессия, Северная
Осетия – Алания, Чечня, Ставропольский край).
В 1 квартале 2024 года результаты работ будут представлены в Правительство Российской Федерации
в 2024 году: «Большой Урал», «Большой Алтай», «Большая Волга», «Русский Север и Арктика»,
«Восточный Юг России», «Русская Балтика».
Большая Волга
Крым
Большое Золотое Кольцо
Москва + Санкт-Петербург
Большой Кавказ
Русская Балтика
Большой Урал
Русский Север и Арктика
Дальний Восток
Региональный и межрегиональный уровень
Мастер-план туристско-рекреационного кластера (совместно с институтами развития ВЭБ.РФ, Дом РФ, Корпорация
Туризм РФ)
(Сахалинская, Иркутская области, Алтайский край, Республика Татарстан)
Локальный уровень
Мастер-план инвестора (турпроект или территории)
Мастер-планы макротерриторий
• Схемы туристического развития макротерриторий
• схемы развития туризма для групп субъектов, которые презентуют на единый туристический
продукт

• В составе двух этапов: «анализ ресурсной базы макротерриторий» и «стратегия развития

туризма макротерритории»

• Стратегия включает прогноз на перспективу до 2030 года с учетом объема и типологии

средств размещения, вопросы развития транспортной и инженерной инфраструктуры,

развитие аттракций и приоритетных проектов, то есть новых локаций под ТРК

Мастер-планы туристских кластеров

• мастер-планы туристских кластеров от разработчиков крупных инвест-лотов - «Туризм.РФ»,

«Кавказ.РФ», «Дом.РФ» и др. частные инициативы крупных владельцев гостиничных сетей

Источник: https://studwood.net/769086/menedzhment/sistema_menedzhmenta_kachestva_suschnost_soderzhanie?ysclid=lh7ojd2hhe704231482

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Предпроектный анализ территории.
2. Обоснование необходимости мастер-плана.
3. Источники финансирования мастер-плана туристской территории.
4. Стейкхолдеры при планировании туристских пространств.
5. Принцип диверсификации туристских предложений для различных потребительских групп при мастер-планировании.
6. Исследование туристских запросов при проектировании туристских пространств.
7. Виды ресурсов, используемых в мастер-планировании туристских пространств.
8. Конструктивные решения при формировании мастер-плана. Дорожная карта мастер-плана

Тема 3.2. Маркетинг и брендинг проектируемых пространств

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о продвижение проектируемой туристской территории.
- получение обучающимся основных сведений о формирование концепции туристского бренда проектируемой территории.
- получение обучающимся основных сведений о маркетинговый плане и этапы выполнения.
- получение обучающимся основных сведений об инструментах продвижения.
- получение обучающимся основных сведений об использование региональной специфики.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Продвижение проектируемой туристской территории.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Формирование концепции туристского бренда проектируемой территории.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
3.	Использование региональной специфики.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. **Маркетинг и брендинг проектируемых пространств**

– Текст лекции.

Маркетинг туристских территорий — деятельность, направленная на информирование, а также создание и поддержание благоприятного общественного мнения к территории с целью привлечения туристов.

Цель туристического маркетинга — создание и донесение до потребителя благоприятного образа территории, соответствующего существующей структуре спроса.

Говоря иначе, туристический маркетинг включает подготовку и проведение маркетинговых акций для туристического бизнеса. Здесь требуется определить, в каких услугах нуждаются клиенты, оформить туристический продукт, представить его покупателям и запустить рекламную кампанию. Для получения хороших результатов в данном направлении важно не просто удовлетворять потребности клиентов, но и работать над улучшением сервиса.

Маркетинговая деятельность в сфере туризма имеет различные аспекты, что обусловлено спецификой создания и распространения туристического продукта. При этом влияние на ход маркетинга, помимо самой туристической компании, оказывают законодательные нормы, действующие на туристическом рынке, а также география оказания услуг.

Первая функция состоит в привлечении потенциального покупателя, демонстрации того, что предлагаемый продукт целиком отвечает его запросам. Вторая связана с расширением набора услуг для наибольшего удовлетворения потребностей клиентов, а также повышением качества сервиса в текущий момент. Третья функция предполагает изучение рынка туристических услуг и обеспечение условий для роста продаж.

Принципы маркетинга в туризме соответствуют общим задачам маркетинга. К ним относятся:

- рост прибыли (экономический эффект);
- достижение целей путем сочетания различных приемов;
- осуществление конкретных действий на рынке туристических услуг в соответствии с его спецификой;
- определение долгосрочных целей;
- мониторинг рыночной ситуации и оперативное принятие мер при изменении обстоятельств.

Маркетинговая стратегия на любом рынке, и в частности на туристическом, имеет свои особенности и может успешно реализовываться лишь в том случае, когда:

- на рынке предлагается множество однотипных услуг;
- компании ведут активную борьбу за привлечение клиентов;
- участники рынка могут свободно взаимодействовать.

Выполнение данных условий необходимо для того, чтобы использование маркетинговых механизмов определенной фирмой было целесообразно и дало хороший результат.

При проведении маркетинга туристическая фирма, подобно другим независимым участникам рынка, должна предпринимать систематические действия. Если это правило не соблюдается, то есть отсутствует ясная маркетинговая концепция, возникает значительный риск в условиях высокой конкуренции между компаниями, предоставляющими туристические услуги.

Данная тенденция характеризуется тем, что в последнее время туризм стал одной из важнейших отраслей мировой экономики, которая определяет благосостояние регионов. Отметим, что туризм – многопрофильная индустрия, включающая гостиничное хозяйство, транспорт, сектор общественного питания, культурно-досуговые организации и сектор дополнительных услуг. Туризм становится источником создания новых рабочих мест, а также источником развития предприятий индустрии туризма по всему миру. Тем не менее нарастающая конкуренция по привлечению туристов потребовала от административно-территориальных образований новых методов и подходов. Одним из наиболее эффективных методов при этом стал брендинг региона как туристской территории – брендирование играет чрезвычайно важную роль, поскольку включает в себя продвижение услуг и товаров, относящихся к туристской индустрии.

В настоящее время в любом регионе с целью развития туризма имеет место разработка комплекса различных маркетинговых мероприятий, среди которых все большую популярность приобретает формирование позитивного отношения к региону и его узнаваемости – территориальный брендинг. Позиционирование положительного образа региона, который должен быть уникальным, становится необходимым условием развития брендируемой туристской территории.

Территориальный брендинг направлен на формирование конкурентных преимуществ региона перед другими территориями, а также на улучшение его имиджа, повышение популярности и известности в глазах туристов. В связи с этим немаловажное значение имеет не только привлечение потенциальных потребителей туристического продукта, но и рекомендации по расширению круга лиц, заинтересованных в посещении туристической местности, что, в свою очередь, приведет к увеличению туристского потока.

Брендинг территории – это процесс по созданию и управлению брендом, который включает в себя формирование, продвижение, развитие и репозиционирование бренда. В основе брендинга региона лежит использование технологий создания его отличительного образа и формирование к нему отношения конкретной целевой аудитории. При этом брендинг является предпочтительным способом выделения региона среди других и в то же время одним из важных способов реализации конкурентных преимуществ территории. Таким образом, брендинг региона создается для привлечения к нему внимания потенциальных потребителей туристических услуг.

Основной задачей брендинга туристской территории является выделение, позиционирование и усиление ее сильных сторон, которые в большинстве случаев ложатся в основу формирования туристского бренда. Бренд региона как туристской территории выражает основные ценности территории, ее цели, миссию в туризме и помимо вышеперечисленного основные типы туристических ресурсов [4].

Позиционирование любой территории основано на ее и уникальности и своеобразии. Туристская территория является привлекательной для туристов только в том случае, если обладает интересными достопримечательностями, богатыми природными ресурсами, уникальными памятниками истории, природы и архитектуры, религиозными объектами, культурными и национальными особенностями населения. Кроме этого, немаловажную роль при создании положительного имиджа региона играют стабильная политическая и социально-экономическая ситуация, развитость сети железнодорожных и автомобильных дорог, доступность средств связи, высокий уровень развития современной туристской инфраструктуры, отсутствие опасных для жизни природных явлений и соответствие цены уровню предлагаемых туристских услуг.

Туристическая привлекательность в силу своей непостоянности может меняться в зависимости от множества факторов, которые могут тем или иным образом отразиться на привлекательности туристической территории. К таким факторам могут относиться: наличие современной материально-технической базы туризма, а именно наличие новейших гостиничных комплексов, специализированных предприятий и учреждений с широким ассортиментом услуг, которые они производят и т.д.

Источник: https://studfile.net/preview/10073179/page:41/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Как менялось отношение, к стандартизации и сертификации?
2. Приведите отраслевые примеры стандартизации и сертификации
3. Как по вашему мнению: нужна, необходима и вообще целесообразна ли сертификация и стандартизация услуг?
4. В чем разница между стандартизацией продуктов (товаров) и услуг
5. Какие вы видите сложности, связанные с процессами сертификации и стандартизации?

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Различные подходы к содержанию понятия «качество».	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Отличается ли процедура аудита качества системы, процесса, продукта?
2. Охарактеризуйте основные принципы менеджмента качества.
3. Охарактеризуйте особенности метрологического обеспечения производства продукции
4. Формирование стратегии, тактики и планирования в системе менеджмента качества.
5. Чем отличается оценка качества продукции у потребителя и продавца?
6. Чем различаются понятия самооценка, инспекция качества, внутренний аудит качества?
7. Что влияет на управленческое решение при формировании потребительского качества продукции?
8. Что означает конкурентоспособность качества продукции?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Качество как социально-экономическая категория и объект управления.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Инструменты управления качеством.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

9. Основные подходы к менеджменту качества.
10. Особенности управления качеством проекта.
11. Российский и международный подход к управлению качеством
12. Системный подход к управлению качеством.
13. Статистическое регулирование процессов.
14. Суть концепций управления качеством Каору Исикава. Диаграмма Исикавы, Джозефа Джурана, Арманда Фейгенбаума, Филиппа Кросби, Майкла Хаммера и Джеймса Чампи.
15. Суть концепций управления качеством Фредерика Уинслоу Тейлора, Анри Файоля, Макса Вебера, Уолтора Шухарта.
16. Суть Тотального управления качеством (TQM).
17. Экономические аспекты управления несоответствующей продукцией.
18. Эффективно ли налаживать долгосрочные отношения с поставщиками?
19. Юридические основы сертификации продукции и услуг.
20. Японский метод управления качеством.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат
Перечень тем раздела 1:

1. Основные методы управления качеством деятельности туристских предприятий. Классификация методов управления качеством.
2. Измерение показателей качества и конкурентоспособности туристских услуг
3. Простые инструменты управления качеством.
4. Диаграмма Исикавы.
5. Диаграмма Парето.
6. Контрольные листки.
7. Карты Шухарта.
8. Гистограмма.
9. Стратификация.
10. Диаграмма разброса.
11. Функциональные инструменты управления качеством.
12. Концепция «6 сигм».
13. Концепция «ZD».
14. Концепция «кайдзен».
15. Порядок проведения АВС анализа.
16. Принцип Парето и особенности его применения в индустрии гостеприимства.
17. Управление социальной ответственностью.
18. Принципы TQM.
19. Концепция TQM.
20. Управление качеством на основе принципов ХАССП.
21. Система экологического менеджмента.
22. Принципы построения дома качества
23. Развертывание функции качества на предприятии туризма
24. Построение диаграммы Парето
25. XYZанализ. Порядок проведения

Методические рекомендации по подготовке к реферату см в разделе 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примеры тестовых заданий:

(??)Может ли уровень качества быть постоянным?
(?)да, может
(!) нет, не может
(?)да, может, но только в том случае, если достигнуты высокие результаты в управлении качеством
(??)Вопросы стандартизации качества актуальны на этапе:
(?)оказания услуги
(?)проектирования услуги
(?)пост продажного обслуживания
(!) все ответы верны
(??)Ценность услуги для потребителя определяется
(!) качеством услуги
(?)востребованностью услуги
(?)платежеспособностью потребителя
(?)все ответы верны
(??)Понимание качества одинаково у:
(?)американцев и японцев
(?)русских и немцев
(?)у всех народов и национальностей
(!) у всех народов разное
(??)Укажите ученых, занимавшихся вопросами постиндустриальной экономики
(!) З. Бзежинский
(?)А. Маслоу
(?)З. Фрейд
(!) Д. Белл
(??)Укажите ученых, занимавшихся вопросами качества
(!) М. Портер
(!) Э. Деминг
(?)З. Бзежинский
(?)все указанные ученые
(??)Уберите лишнее: теория постиндустриальной экономики определила три альтернативы развития для стран
(?)страна-мировое производство
(?)страна поставщик природных ресурсов
(!) страна – кредитор
(?)страна – элита
(??)Принципы семейных отношений в рабочих коллективах характерны для
(?)США
(?)России
(?)Китая
(!) Японии
(??)Международная организация по стандартизации основана в
(?)2000 году
(?)1991 году
(?)1900 году
(!) 1946 году
(??)Российская Федерация
(!) является членом ИСО
(?)не является членом ИСО
(?)подала заявку на членство в ИСО
(?)вышла из ИСО

Методические рекомендации по подготовке к тестированию см в разделе 2

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие стандарта. Виды стандартов (классификация)	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Росстандарт: функции и задачи; история деятельности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Представление качества, его связь с другими экономическими категориями (эффективностью, прибыльностью, трудоемкостью, ценой и затратами), его разновидности.
2. Привлечение субподрядчиков к процессу улучшения качества.
3. Принятие решений в системе менеджмента качества, основанных на фактах.
4. Причины разработки серии стандартов OHSAS 18000. На предприятиях
5. Развитие технологий и понятия качества.
6. Раскройте содержание требований к системе менеджмента социальной ответственности (SA 8000).

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства
Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие стандартизации, сертификата и процедуры сертификации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Сертификация как подтверждение соответствия стандарту. Виды сертификации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Роль документации в системе управления качеством.
2. Роль сертификации в улучшении качества и экономики предприятия.
3. Роль типизации и стандартизации в системе качества.
4. Сущность и содержание сертификации.
5. Сформулируйте общие требования к проектированию интегрированной системы менеджмента для предприятия.
6. Управление затратами на обеспечение качества.
7. Управление качеством, используя основы стандартов ИСО.
8. Учет требований стандартов социальной ответственности, информационной безопасности и отраслевых стандартов.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: практическое задание
Перечень тем раздела 2:
Разработка основных положений кодекса поведения для предприятия туризма (гостиничного предприятия) по заданным параметрам
Разработка основных скриптов для предприятия туризма (гостиничного предприятия) по заданным параметрам

Разработка СОП для предприятия туризма (гостиничного предприятия) по заданным параметрам

Методические рекомендации по подготовке практическому занятию см в разделе 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примеры тестовых заданий:

(??)Локальные стандарты – это стандарты

(?)отдельных государств

(!)отдельных предприятий

(?)отдельных отраслей экономики

(?)отдельных регионов

(??)Сертификация является

(!)подтверждением стандарту

(!)подтверждением качества продукции и услуги

(?)обязательной процедурой для продукции государственных предприятий

(?)все ответы верны

(??)Кружки качества появились в

(?)Британии

(?)России

(!)Японии

(?)США

(??)При управлении качеством главным является

(?)управление качеством услуг

(?)управление качеством обслуживания

(!)оба ответа верны

(??)Наибольшим доверием у потребителей пользуется

(?)само сертификация

(!)независимая экспертная оценка

(?)не имеет значения, главное наличие сертификата

(??)Национальные стандарты могут не соответствовать мировым

(!)утверждение верно

(?)утверждение неверно

(?)не имеет значения

(?)все ответы верны

(??)Общероссийский классификатор информации об общероссийских классификаторах это

(?)ОКВЭД

(?)ОКУН

(!)ОКОК

(?)ГОСТ

(??)Актуальный Закон ФЗ «О стандартизации» был принят в РФ в

(?)2001 году

(!)2015 году

(?)2000 году

(?)1999 году

(??)Общероссийский классификатор управленческой документации утвержден и действует с

(!)1993 года

(?)1991 года

(?)2001 года

(?)2014 года

(??)Первая редакция закона «О защите прав потребителей» принята в

(!)1991 году

(?)1992 году

(?)1993 году

(?)2001 году

(??)Классификация – это …

(?)параллельное разделение множества объектов на независимые подмножества

(?)последовательное разделение множества объектов на подчиненные подмножества

(?)присвоение объекту уникального наименования, номера, знака, условного обозначения, признака или набора признаков и т. п., позволяющих однозначно выделить его из других объектов

(!)разделение множества объектов на классификационные группировки по их сходству или различию на основе определенных признаков в соответствии с принятыми правилами

(??)Измерение – это…

(?)определение искомого параметра с помощью органов чувств, номограмм или любым другим путем

(!)совокупность операций, выполняемых с помощью технического средства, хранящего единицу величины, позволяющего сопоставить измеряемую величину с ее единицей и получить значение величины

(?)применение технических средств в процессе проведения лабораторных исследований

(?)процесс сравнения двух величин, процесс, явлений и т. д.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию см в разделе 2

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности построения СМК туристских предприятий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Политика в области качества туристского предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Состав документов СМК	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Планирование работ и документирование ИСМ
2. Подсистемы ИСМ и их взаимодействие.
3. Подходы к проектированию и внедрению ИСМ.
4. Подходы к управлению качеством (TQM, Бережливое производство, сигм).
5. Позиции системы менеджмента качества, на основе объединения данных мирового опыта.
6. Понятие, назначение и преимущества интегрированных систем менеджмента (ИСМ).

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Планирование контроля качества туристской услуги	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Планирование обеспечения качества	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Состав документов для сертификации СМК	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.
Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Нормативные требования и рекомендации к системам менеджмента качества.
2. Нормативные требования и рекомендации к системам экологического менеджмента.
3. Объективные факторы стабильного повышения качества.
4. Организационные строения и модели по управлению качеством.
5. Организация системы сертификации в РФ и ее роль в международной системе организации
6. Организация управления процессами, как важнейший элемент системы качества.
7. Ориентация на потребителя в системе менеджмента качества.
8. Правовая основа и периоды сертификации систем качества.
9. Правовые основы сертификации продукции и услуг.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: расчетно-практическое задание
Перечень тем раздела 3:

1) Особенности построения СМК туристских предприятий. В данной задаче выявляются особенности построения СМК конкретного туристского предприятия. Если в данном предприятии СМК не существует, разрабатывается комплекс предложений по ее формированию.
2) Разработка основных внутренних документов СМК. В данном разделе определяется перечень документов для СМК конкретного предприятия индустрии туризма. Разрабатываются предложения по политике качества.
3) Сертификация СМК туристского предприятия. Разработка последовательности действий при сертификации СМК предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
4) Оценка эффективности СМК туристского предприятия. Анализ показателей деятельности до и после внедрения СМК.

Методические рекомендации по подготовке практическому занятию см в разделе 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

Примеры тестовых заданий:

(??)Свод правил – это документ, который используется в целях ……
(?)замены существующих национальных стандартов
(!)обеспечения соблюдения требований технических регламентов
(?)установления обязательных требований к продукции
(?)конкретизации отдельных положений соответствующего по назначению основополагающего национального стандарта
(??)Свод правил – это документ, утвержденный ……
(?)Росстандартом
(!)соответствующим Федеральным органом исполнительной власти
(?)Правительством РФ
(?)руководителем организации
(?)Межрегиональным территориальным управлением
(??)Общероссийские классификаторы утверждает ……
(!)Федеральный орган исполнительной власти
(?)Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии
(?)Правительство РФ
(?)«Стандартинформ»
(??)Общероссийский классификатор – это документ, в котором содержатся ……
(?)организационно-методические положения по обмену информацией, которые необходимо выполнить
(?)наименования и коды классификационных группировок
(!)правила выполнения работ по классификации технико-экономической и социальной информации
(??)Общероссийский классификатор – это документ, который ……
(?)используется для установления обязательных требований к продукции
(?)используется при межведомственном обмене информацией
(?)является документом добровольного применения
(!)является обязательным для применения в государственных информационных системах
(?)определяет порядок проведения работ по стандартизации и оформления результатов таких работ
(??)Нормативный документ, устанавливающий правила, рекомендации или характеристики различных видов деятельности или их результатов для добровольного многократного использования, называется ……

(?)правилами стандартизации
(!)рекомендациями по стандартизации
(?)стандартом
(?)сводом правил
(?)техническими условиями
(??)Правила стандартизации – это документ, который используется ……
(?)для предварительной проверки на практике организационно-методических положений, еще не ставших типовыми
(!)для конкретизации отдельных положений соответствующего основополагающего национального стандарта
(?)для замены существующих национальных стандартов
(?)в случае нецелесообразности разработки организационно-методического национального стандарта
(?)для установления добровольных требований к продукции
(??)Рекомендации по стандартизации – это документ,……
(?)предназначенный для установления добровольных требований к продукции
(!)используемый для предварительной проверки на практике организационно-методических положений, еще не ставших типовыми
(?)который применяется при межведомственном обмене информацией
(?)содержащий советы организационно-методического характера
(??)Технические условия на продукцию разрабатывает ……
(?)Росстандарт
(!)предприятие, производящее продукцию
(?)Ростехрегулирование
(?)ВНИИСтандарт
(??)Участниками работ по стандартизации являются ……
(?)Органы по сертификации
(?)Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии
(?)Испытательные лаборатории
(!)Технические комитеты по стандартизации
(?)Федеральная служба по аккредитации
(??)Обязательный для выполнения нормативный документ в области стандартизации – это…
(?)свод правил
(!)регламент
(?)стандарт предприятия
(?)государственный стандарт
(??)Срок действия стандарта как правило…
(?)устанавливается приблизительно
(?)строго устанавливается
(?)устанавливается в соответствии с действующими правилами
(!)не устанавливается
(??)Причиной отмены стандарта, как правило, служит: 1) прекращение выпуска продукции; 2) принятие нового стандарта; 3) выпуск новой взаимозаменяемой продукции; 4) значительная корректировка показателей качества продукции, затрагивающая ее совместимость…
(!)1, 2
(?)2, 4
(?)1, 3
(?)3, 4

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Структура и функции органов	
Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ	Основные понятия и предмет дисциплины. Признаки власти. Система органов государственной власти в РФ. Полномочия властных структур. Судебная система.
Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ	Система управления рекреацией и туризмом в РФ. Государственные органы специальной компетенции и структура управления рекреацией и туризмом в РФ. Полномочия федеральных органов государственной власти, органов власти субъектов РФ и органов местного самоуправления в сфере рекреации и туризма в РФ. Эволюция центральных органов управления отраслью.
Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма	
Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма РФ	Правовые основы управления в сфере рекреации и туризма в РФ. Классификация актов управления в сфере рекреации и туризма. Организационно-правовые формы и типология организаций в сфере рекреации и туризма в РФ.

Тема 2.2. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом управления в сфере туризма за рубежом	Система международных нормативно-правовых актов, регулирующих отношения в сфере туризма. Правовое регулирование в туризме в странах СНГ. Международное сотрудничество. Система нормативно-правовых актов Республики Беларусь по туризму. Иерархия нормативных правовых актов, регулирующих туристические правоотношения.
Раздел 3. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма	
Тема 3.1. Федеральные целевые программы развития туризма	Получить знания об основных ФЦП в туризме, изучить управление туристской сферой на государственном уровне
Тема 3.2. Кластерный подход к развитию туризма в регионах	Теоретические основы формирования туристского кластера, развитие мирового туризма, кластерный подход, туристический кластер

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему

поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой

дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это

совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ

Вопросы для самоподготовки:

1. История развития управления в античные времена.
2. История развития управления за рубежом.
3. История развития управления в России.

Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ

Вопросы для самоподготовки:

1. Роль и значение управления в современном мире.
2. Органы власти на муниципальном уровне.
3. Органы власти на региональном уровне. Органы власти на федеральном уровне.

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма

Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма РФ

Вопросы для самоподготовки:

1. Основы управления физкультурно-спортивным движением.
2. -Нормативно-правовые основы менеджмента в сфере рекреации и туризма в РФ
3. Виды нормативно-правовых актов по регулированию деятельности в сфере рекреации и туризма в РФ.

Тема 2.2. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом

Вопросы для самоподготовки:

1. Классификация нормативно правовых актов.
2. Виды организационно – правовых форм. Типология организаций в сфере рекреации и туризма.
3. Эволюция роли государственного и муниципального регулирования экономических процессов в современном мире

Раздел 3. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 3.1. Местное самоуправление

Вопросы для самоподготовки:

1. Структура управления в сфере рекреации и туризма на федеральном уровне.
2. Полномочия федеральных органов государственной власти субъектов РФ.
3. Полномочия органов местного самоуправления в сфере рекреации и туризма.

Тема 3.2. Зарубежный опыт организации местного самоуправления

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности местного самоуправления в США. Особенности местного самоуправления в Японии.
2. Особенности местного самоуправления во Франции. Особенности местного самоуправления в Германии, и др. странах.
3. Что означает термин государственные органы специальной компетенции, приведите примеры.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ

Иллюстрации:



https://konspekta.net/studopediaru/baza24/9712001396435.files/image001.jpg

Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма за рубежом

Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма РФ

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Тема 2.2. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Раздел 3. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 3.1. Местное самоуправление

Иллюстрации:



https://bredy.gov74.ru/files/upload/bredy/Upload/images/0001(41).jpg

Тема 3.2. Зарубежный опыт организации местного самоуправления

Иллюстрации:



https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/l/L5PIVeN2xOHfZWRJM3oE0yYcBajkACFpt6KX8b/slide-8.jpg

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с

рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана;

написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Система органов государственной власти в РФ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Индустрия туризма как отрасль национальной экономики	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ

Текст лекции.

Система органов государственной власти в РФ.

Система органов государственной власти - это совокупность органов, осуществляющих властные полномочия объединенная на принципах подчиненности и иерархичности.

Государственную власть в Российской Федерации осуществляют:

1) Президент Российской Федерации;

2) Федеральное Собрание (Совет Федерации и Государственная Дума);

3) Правительство Российской Федерации;

4) суды Российской Федерации.

Конституцией РФ закреплен принцип разделения

государственной власти на:

1) законодательную;

2) исполнительную;

3) судебную.

Органы законодательной, исполнительной и судебной власти самостоятельны.

Принципами организации и деятельности органов государственной власти в РФ являются: демократизм, законность, единство, гуманизм, научность,

выборность, гласность, суверенитет государственной власти, участие граждан в осуществлении государственной власти.

Виды органов государственной власти в РФ.

1. В соответствие с принципом разделения властей: законодательные, исполнительные и судебные.

2. В соответствие со сроком исполнения полномочий: постоянные и временные.

3. В соответствие с характером компетенции: общей компетенции и специальной компетенции.

4. В соответствие с действующей иерархией государственных органов: федеральные, республиканские, местные.

5. В соответствии со способом осуществления полномочий: единоличные и коллегиальные.

Глава 4. Президент Российской Федерации

Статья 80. Президент РФ является главой государства.

Статья 81. 1. Президент Российской Федерации избирается сроком на шесть лет гражданами Российской Федерации на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании.

2.Президентом Российской Федерации может быть избран гражданин Российской Федерации не моложе 35 лет, постоянно проживающий в Российской Федерации не менее 10 лет.

3. Одно и то же лицо не может занимать должность Президента Российской Федерации более двух сроков подряд.

4. Порядок выборов Президента Российской Федерации определяется федеральным законом.

Функции Президента РФ - это основные направление его деятельности в установленной сфере.

- Президент РФ является гарантом Конституции РФ, соблюдения прав и свобод человека и гражданина.

- Представительская функция в международных отношениях.

- Определение основных направлений внутренней и внешней политики.

- Охрана суверенитета РФ и ее независимости.

- Обеспечение согласованного функционирования органов государственной власти.

Полномочия Президента рф:

Связанные с деятельностью Федерального Собрания:(ст.84)

- назначает выборы Государственной Думы в соответствии с Конституцией РФ и федеральным законом;

- имеет право роспуска Государственной Думы.

- подписывает и обнародует федеральные законы;

- вносит законопроекты в Государственную Думу;

- обращается к Федеральному Собранию с ежегодными посланиями о положении в стране, об основных направлениях внутренней и внешней политики государства.

- назначает референдум.

Связанные с деятельностью исполнительной власти: (ст.83)

- Назначает с согласия Государственной Думы Председателя Правительства.

- Принимает решение об отставке Правительства РФ.

- Утверждает структуру федеральных органов власти.

- Назначает и освобождает от должности федеральных министров.

Связанные с деятельностью органов государственной власти:

- Формирует Администрацию Президента РФ.

Статья 91. Президент Российской Федерации обладает неприкосновенностью.

Статья 92. Президент РФ приступает к исполнению полномочий с момента принесения им присяги и прекращает их исполнение с истечением срока его пребывания в должности с момента принесения присяги вновь избранным Президентом РФ.

Статья 93. 1. Президент Российской Федерации прекращает исполнение полномочий досрочно в случае его отставки, стойкой неспособности по состоянию здоровья осуществлять принадлежащие ему полномочия или отрешения от должности. При этом выборы Президента Российской Федерации должны состояться не позднее трех месяцев с момента досрочного прекращения исполнения полномочий.

2. Президент Российской Федерации может быть отрешен от должности Советом Федерации только на основании выдвинутого Государственной Думой обвинения в государственной измене или совершении иного тяжкого преступления.

Источник: https://studfile.net/preview/5830932/

Индустрия туризма как отрасль национальной экономики.

Туризм - важная составляющая экономики многих государств, которая обеспечивает занятость местного населения, загрузку гостиниц и отелей, ресторанов, зрелищных мероприятий, поступления иностранной валюты и т.д. Внутренняя экономическая природа туризма предусматривает, что турист непременно должен оставить свои деньги в посещаемом государстве или местности. Туризм основан на эксплуатации местных туристских ресурсов, и взамен местность или государство должны получить доход. Поэтому турист не имеет права получать заработок из любого источника в посещаемой местности или стране. Иммиграционные службы государства озабочены проблемой ограничения притока рабочей силы и, как правило, разрешают найм иностранных рабочих только в случае острой нехватки собственных трудовых ресурсов или отсутствия специалистов надлежащего профиля, способных выполнять особенные (например, тяжелые, вредные, грязные и т.п.) работы, и на основе особой лицензии. Поэтому туристам запрещается работать в целях получения заработка, это указывается во всех разрешительных документах на въезд (визах). Например, в австралийской визе стоит четкая надпись: "Без права оплачиваемой работы или учебы". Этот принцип также обязателен и для деловых туристов, так как они получают денежное обеспечение в своей стране или по месту работы и, следовательно, привозят деньги в страну пребывания. Кроме того, деловой туризм достаточно прибылен, потому что туристы-бизнесмены тратят денег в таких поездках в 3-4 раза больше, чем туристы других категорий.

В Федеральном законе "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (в редакции от 10 января 2003 г.) дана следующая трактовка этого понятия: "Туризм - временные выезды (путешествия) граждан России, иностранных граждан и лиц без гражданства... с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания ".

В статье 1 Федерального закона "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" предлагается следующая трактовка данного понятия:"Туристская индустрия - совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков". К туризму следует подходить как к крупному самостоятельному межотраслевому хозяйственному комплексу национальной экономикиЭто утверждение можно продемонстрировать следующим образом. Туристы выступают в роли покупателей, т.е. каждый человек стремится по возможности удовлетворить свои потребности в отдыхе. Спрос на путешествия турист выражает, оплачивая туристские работы, услуги и товары и таким образом финансируя туристскую индустрию. Производители туристских работ, услуг и товаров формируют туристское предложение. Они приобретают производственные ресурсы (персонал, землю, капитал), комбинируют их в процессе производства туристского продукта и реализуют его потребителям (туристам), получая доход от продаж. Развитие индустрии туризма (строительство дорог, гостиничных и курортных комплексов, обустройство новых рекреационных территорий) требует больших капитальных вложений и финансируется из разных источников (государственные структуры, частные организации (отечественные и зарубежные), международные организации и т.д.). Рост объемов производства в индустрии туризма передается другим отраслям экономики, где разворачивается инвестиционная деятельность, создаются новые рабочие места, расширяется торговый оборот и, следовательно, увеличивается прибыль. Часть полученных доходов поступает государству в виде налогов. Собранные таким образом средства могут быть направлены на дальнейшее финансирование инфраструктуры индустрии туризма, оказание материальной помощи социально незащищенным группам населения, на развитие системы подготовки персонала для сферы туристских услуг. Индустрия туризма должна рассматриваться как экономическая категория, выражающая совокупность взаимосвязанных отраслей и производств национальной экономики, единой функциональной задачей которых является деятельность, направленная на удовлетворение разнообразных и постоянно растущих потребностей людей в различных видах отдыха и путешествий в свободное время при рациональном использовании всех имеющихся туристских ресурсов.

Индустрия в переводе с латинского означает деятельность, производство, промышленность. Если тяжелая индустрия производит орудия труда и средства, легкая индустрия производит предметы народного потребления, то индустрия туризма производит туристский продукт (комплексную услугу или тур) и в его производстве задействовано большое количество различных ресурсов национальной экономики. Произведенный продукт реализуется и приносит доход.

РФ признает туризм как одну из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации (в ст.3 Федерального Закона от 24 ноября 1996 г. "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации").

В 1971 году конференция ООН по торговле и развитию дала следующее определение индустрии туризма: «индустрия туризма – это совокупность производственных и непроизводственных видов деятельности, направленных на создание товаров и услуг для путешественников.

Следовательно, это большая экономическая система с разнообразными связями между отдельными элементами в рамках как народного хозяйства отдельной страны, так и связей национальной экономики с мировым хозяйством в целом (В.И. Азар).

Для современного развития экономики характерно не столько развитие обособленных отраслей, сколько функционирование различных межотраслевых комплексов.

По данным Всемирной туристской организации, эта отрасль формирует 11 процентов мирового ВВП, хотя ее доля в мировых основных фондах не превышает 7 процентов. Она вовлекает в оборот около 4 триллионов долларов США, для трети стран участников

туристского рынка поступления от туризма составляют основную статью в бюджете, а в 80 странах входить в первую пятерку бюджетоформирующих статей.

Эта отрасль обладает высоким инвестиционным мультипликатором: 1 рубль вложений приносит 4 рубля суммарного дохода в других отраслях экономики. Такой же умножающий коэффициент и в занятости - 1 рабочее место в туризме приводит к появлению 4 рабочих мест в отраслях, соучаствующих в производстве туристского продукта.

Доля России в мировых показателях ничтожна. Обладая рекреационными ресурсами не меньшими, чем в странах, успешно зарабатывающих на туризме, она не может похвастать подобными результатами. В России всего три из каждых 100 новых рабочих мест вызваны к жизни туризмом, против 10 в тех странах. Россия в последнее десятилетие превратилась в страну преимущественно выездного туризма и стала ведущим рынком для турфирм Турции, Кипра, Китая, Финляндии, Польши, обеспечивая значительную часть доходов от этого вида деятельности.

Источник: https://studfile.net/preview/9208704/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какова роль управления в современном мире.
2. Какие системы власти вы знаете
3. Каковы отличия систем органов государственной власти.
4. Что вы знаете о системе управления в сфере рекреации и туризма в РФ.

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Организационная структура управления туризмом в РФ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Министерство экономического развития и торговли	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ

Текст лекции.

Организационная структура управления туризмом в РФ

Управление туризмом в РФ сформировано в 3 направления:

- 1. Создание Федеральных Органов исполнительной власти, призванного осуществлять государственное регулирование в сфере туризма.
- 2. Формирование структурных подразделений законодательной власти в субъектах РФ (в настоящее время Созыве Государственной Думы действует комитет по культуре и туризму.
- 3. Создание системы общественного самоуправления туристской отраслью. В РФ действует несколько десятков союзов и ассоциаций (Национальная Туристская ассоциация, РАТА, Российская Ассоциация Детского туризма).
- 5 июня 2000 г. Постановлением Правительства РФ государственное управление в сфере туризма было передано Министерству экономического развития и торговли.

В Министерстве Экономического развития и торговли 46 департаментов.

Департамент по Туризму состоит из 6 отделов:

- 1. Отдел организации туристской деятельности и государственное управление туризмом (нормативно-правовая база).
- 2. Отдел международного сотрудничества.
- 3. Отдел межрегиональной и межотраслевой координации и региональной политики.
- 4. Стратегическое планирование туризма.
- 5. Отдел информационного обеспечения.
- 6. Отдел инвестиционной политики.

Главными задачами Федерального Органа исполнительной власти являются:

Формирование нормативно-правовой базы.

Привлечение инвестиций в гостиничное хозяйство (создание цепей).

Координация туристического бизнеса.

Одной из главных задач государственного регулирования в сфере туризма является создание единой методической и правовой основы федеральной системы лицензирования, сертификации туристских и гостиничных услуг, предоставляемых в РФ в соответствии с принятыми международными нормами и правилами, а так же контроль за ее функционированием.

Государственная регистрация туристской деятельности осуществляется следующим образом:

создание нормативных и правовых актов, направленных на упорядочение и совершенствование отношений в сфере туристкой индустрии

содействие в продвижении турпродукта на внутреннем и мировом туристском рынке

лицензирование, стандартизация в туристской индустрии, сертификация туристского продукта

прямые бюджетные ассигнования на разработку и реализацию федеральных целевых программ развития туризма

защита прав и интересов туристов, обеспечение их безопасности

налоговое и таможенное регулирование

предоставление льготных кредитов, установления налоговых и таможенных льгот туроператорам и турагентам, занимающимся туристской деятельностью на территории РФ

Система управления туризмом в РФ (рис. 1) включает в себя следующие уровни:

- 1. Президент (исполнительная власть).
- 2. Правительство РФ (кабинет министров).
- 3. Министерство экономического развития и туризма (департамент по туризму).
- 4. Органы исполнительной власти в субъектах РФ (отделы, департаменты, комитеты, министерства). В ПК Комитет по туризму - совет экспертов, межвузовский координационный совет по подготовке тур. кадров.

Лицензирование на осуществление туроператорской и турагентской деятельности - разрешительный официальный документ на осуществление туристским предприятием соответствующей деятельности в пределах РФ в течение установленного срока, который определяет и регулирует условия её действ. 2001 г. - закон «О лицензировании отдельных видов деятельности», 2002 г.11 февраля - Постановление №95 «О лицензировании туроператорской и турагентской деятельности».

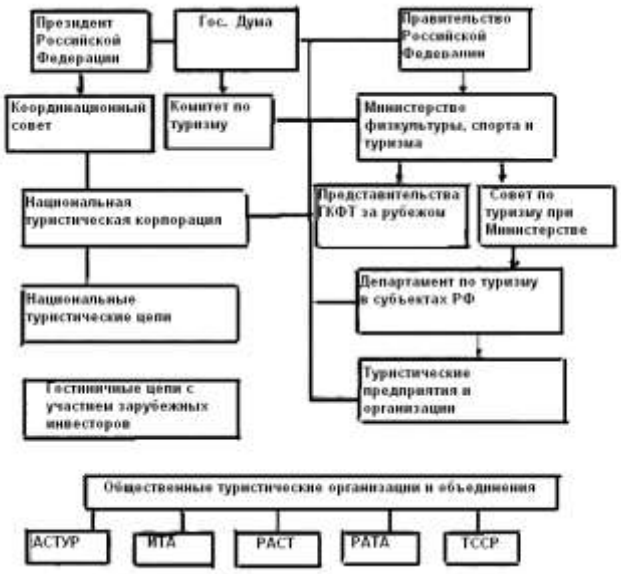


Рисунок 1. Система управления туризмом в РФ

Осуществление туристических операций предполагает определённые отношения между туристами - потребителями туристических услуг и туристическими фирмами - их производителями и реализаторами, а также отношения последних с различными организациями (банками, транспортными и страховыми компаниями и т.п.), обеспечивающими исполнение этого вида международных услуг.

Туроператорская деятельность - это деятельность по формированию, продвижению и реализации туристического продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (туроператором).

Турагентская деятельность - деятельность по продвижению и реализации туристического продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицо или индивидуальным предпринимателем (турагентом).

Взаимоотношения между туроператором и туристом чаще всего строятся на основании агентского договора о предоставлении первым второму права на реализацию туристического продукта, сформированного туроператором.

Основные участники туристического бизнеса и система их отношений представлена на рисунке 2:

(*) - субъекты операций на международном туристском рынке.

Рисунок 2. Основные участники туристического бизнеса и система их отношений

Таким образом, автором рассмотрена система управления туризмом в России, а также нормативно-правовая база туризма.

Можно отметить, что система управления туризмом в России включает следующие уровни:

- 1. Президент (исполнительная власть).
- 2. Правительство РФ (кабинет министров).
- 3. Министерство экономического развития и туризма (департамент по туризму).
- 4. Органы исполнительной власти в субъектах РФ (отделы, департаменты, комитеты, министерства).

Источник:

https://vuzlit.com/401497/organizatsionnaya_struktura_upravleniya_turizmom?ysclid=lhdkhqr0ej905711758

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Государственные органы специальной компетенции.
2. Структура управления в сфере рекреации и туризма на муниципальном уровне.
3. Структура управления в сфере рекреации и туризма на федеральном уровне.
4. Полномочия федеральных органов государственной власти субъектов РФ.
5. Полномочия органов местного самоуправления в сфере рекреации и туризма в РФ.

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма

Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма РФ

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Первая группа – акты, относящиеся к неопределенному кругу юридических и физических лиц, но во многом определяющие работу субъектов туристской индустрии (общие акты)	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Вторая группа – акты, непосредственно регулирующие туристскую деятельность (специальные акты)	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Туристские формальности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма РФ

Текст лекции.

Оказание туристских услуг – это предпринимательская деятельность. Отношения между гражданами (туристами) и предпринимателями (туристскими организациями и индивидуальными предпринимателями) регулируются гражданским законодательством. Обязательственные отношения между указанными субъектами возникают на основе гражданско-правовых договоров.

Большинство норм Федерального закона “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” регулируют отношения между туристскими организациями и гражданами по поводу оказания туристских услуг. Следовательно, гражданско-правовая сущность этих норм бесспорна. Гражданское законодательство в соответствии с Конституцией РФ находится в исключительном ведении Российской Федерации, равно как и установление правовых основ единого рынка, финансовое, валютное, кредитное, таможенное регулирование, основы ценовой политики и другие положения, определяющие правовые рамки предпринимательской деятельности.

Нормативные правовые акты Российской Федерации, действующие в сфере туризма, можно разделить на две группы.

Первая группа – акты, относящиеся к неопределенному кругу юридических и физических лиц, но во многом определяющие работу субъектов туристской индустрии (общие акты):

Гражданский кодекс Российской Федерации ;

Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 “О защите прав потребителей”;

Федеральный закон от 30 марта 1999 г. N 52-ФЗ “О санитарно- эпидемиологическом благополучии населения” и др.

Вторая группа – акты, непосредственно регулирующие туристскую деятельность (специальные акты):

Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”;

Указ Президента РФ от 18 ноября 2004 г. N 1453 “О Федеральном агентстве по туризму и Федеральном агентстве по физической культуре и спорту”;

Постановление Правительства РФ от 18 июля 2007 г. N 452 “Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта”;

Постановление Правительства РФ от 29 мая 2008 г. N 408 “О Министерстве спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации”;

Постановление Правительства РФ от 11 декабря 1998 г. N 1488 “О медицинском страховании иностранных граждан, временно находящихся в Российской Федерации, и российских граждан при выезде из Российской Федерации”;

Положение об оказании помощи по страховым случаям гражданам Российской Федерации, находящимся на территории иностранного государства, утв. постановлением Правительства РФ от 1 октября 1998 г. N 1142;

Инструкция о порядке оформления и выдачи паспортов гражданам Российской Федерации для выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию, утв. приказом МВД России от 26 мая 1997 г. N 310, и др.

В сфере туризма действует ряд государственных стандартов, утвержденных Госстандартом России (Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии), лежащих в основе сертификации туристских услуг:

ГОСТ 28681.0-90 "Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения";

ГОСТ Р 50644-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов";

ГОСТ Р 51185-98 "Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования" и др.

ГОСТ Р 50690-2000 "Туристские услуги. Общие требования", введенный в действие с 1 июля 2001 г., восполнил некоторые пробелы в правовом обеспечении туристской деятельности. Например, в нем приведены определения, отсутствующие в Федеральном законе от 24 ноября 1996 г. N 132- ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации": экскурсант, экскурсионная услуга, туристская услуга, маршрут путешествия, направляющая сторона, принимающая сторона, договор с туристом, аннуляция и др., дана классификация туристских услуг, а также видов туров (оздоровительные, познавательные, профессионально-деловые, спортивные, религиозные, с другими целями). Стандарт определил условия для договоров о выездном туризме в части ответственности принимающей стороны – иностранной туристской организации и перевозчика, для договоров между туроператором и турагентом в части ответственности друг перед другом, для договоров между туроператором (турагентом) и туристом в части ответственности туроператора (турагента), определил требования к информации о туре, содержание памятки для туриста, требования к офису туроператора (турагента), оказывавшего туристские услуги.

Путешествия, связанные с пересечением туристами государственной границы, предусматривают осуществление туристских формальностей, т.е. проверку соблюдения туристами и туристскими организациями условий и правил, установленных государственными органами стран выезда и въезда.

Туристские формальности – это паспортные, визовые, таможенные, медицинские, валютные правила, страхование туристов.

Все виды туристских формальностей регулируются законодательными и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации. Основные из них: Таможенный кодекс РФ; Гражданский кодекс РФ, глава 48 "Страхование"; Закон РФ от 1 апреля 1993 г. N 4730-1 "О Государственной границе Российской Федерации"; Федеральный закон от 15 августа 1996 г. N 114-ФЗ "О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию"; Федеральный закон от 10 декабря 2003 г. N 173-ФЗ "О валютном регулировании и валютном контроле"; Указ Президента РФ от 12 марта 1996 г. N 371 "О совершенствовании порядка пересечения Государственной границы Российской Федерации"; Указ Президента РФ от 4 мая 1998 г. N 488 "О мерах по обеспечению прав граждан Российской Федерации на свободный выезд из Российской Федерации".

Действует ряд иных законодательных актов, а также актов федеральных органов исполнительной власти, детально регламентирующих осуществление каждого вида туристских формальностей, следовать которым обязаны и туристы, и туристские организации как производители и продавцы турпродукта.

Объектом межгосударственного регулирования становится туристская деятельность, осуществляемая в странах СНГ. В соответствии с решением глав правительств Содружества Независимых Государств в сентябре 1994 г. образован Совет по туризму стран СНГ.

Основными актами о сотрудничестве государств – участников СНГ в области туризма являются:

Межправительственное соглашение от 23 декабря 1993 г. “О сотрудничестве в области туризма”;

рекомендательный законодательный акт от 29 октября 1994 г. “Об основных принципах сотрудничества государств – участников СНГ в области туризма”;

Межгосударственная целевая программа от 14 февраля 1996 г. “Развитие туристских связей между государствами – участниками СНГ” и др.

Важнейшими инструментами государственного регулирования деятельности туристских организаций и защиты прав потребителей являются стандартизация, лицензирование и сертификация в туризме.

Стандарт – это документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности. Стандарт предназначен для установления минимально необходимых требований, делающих любой продукт соответствующим своему назначению. Стандартизация должна распространяться на [38, с. 90]:

термины и определения, необходимые для взаимного понимания;

классификацию типов туристских организаций и видов их деятельности;

способы и методы продвижения турпродукта;

способы оценки и минимизации рисков.

Стандарты туристского обслуживания являются частью государственной системы стандартизации Российской Федерации, определяющей цели и задачи стандартизации в области туризма и гостиничного менеджмента, основные принципы и организацию работ, категории нормативных документов, виды стандартов и основные положения по международному сотрудничеству.

Целями стандартизации в сфере туристского обслуживания являются обеспечение заявленного уровня качества и безопасности потребления турпродукта или отдельной туристской услуги, а также защита интересов потребителей туристских услуг от недобросовестной конкуренции на рынке.

Под сертификацией туристских услуг понимается подтверждение органом по сертификации соответствия реализуемых потребителю услуг требованиям законодательных и нормативных документов по обслуживанию.

Иначе говоря, сертификация – это гарантия определенного уровня качества. Более точно определение сертификации дано в Федеральном законе от 27 декабря 2002г. №184-ФЗ «О техническом регулировании». Назначение сертификации можно определить следующим образом. Это:

удостоверение соответствия продукции, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, работ, услуг или иных объектов техническим регламентам, стандартам, сводам правил, условиям договоров;

содействие приобретателям в компетентном выборе продукции, работ, услуг;

повышение конкурентоспособности продукции, работ, услуг на российском и международном рынках;

создание условий для обеспечения свободного перемещения товаров по территории Российской Федерации, а также для осуществления международного экономического, научно-технического сотрудничества и международной торговли.

Сертификация туристских услуг является механизмом управления качеством обслуживания, дающим возможность оценить уровень услуг и подтвердить их безопасность для потребителей. Федеральный закон «О техническом регулировании» (ст. 20) предусматривает обязательную и добровольную формы подтверждения соответствия. Таким образом, сертификация может носить обязательный и добровольный характер. Добровольная сертификация осуществляется по инициативе организации. Обязательная сертификация осуществляется для подтверждения соответствия обязательным нормам и требованиям (это

требования по обеспечению защиты жизни или здоровья населения, по охране окружающей среды и т.п.) [27].

Обязательной сертификации подлежат:

услуги гостиниц;

туристский отдых и путешествия по туристским маршрутам;

экскурсионные услуги.

Лицензия — это разрешение, выдаваемое государственным органом юридическим или физическим лицам на осуществление туристской (гостиничной) деятельности в течение определенного времени при соблюдении ряда условий. Порядок выдачи лицензии осуществляется в соответствии с Федеральными законами «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и «О лицензировании отдельных видов деятельности». Постановлением Правительства РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности» определены органы, уполномоченные лицензировать виды деятельности. В сфере туризма таким органом до 2005 г. являлся Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре, спорту и туризму, который осуществлял лицензирование туристской деятельности и делегировал на договорной основе функции по выдаче лицензий отечественным туристским фирмам региональным органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации. Сейчас данный орган переименован в Федеральное агентство по туризму.

Туристские предприятия, получившие государственную лицензию на туристскую деятельность, заносятся в Государственный реестр. Орган, выдавший лицензию, может прекратить ее действие из-за несоблюдения турфирмой лицензионных требований.

Одним из требований при получении сертификата является наличие обучения представителя организации. Обучение проводится Центром государственного санитарно-эпидемиологического надзора. По окончании обучения выдается свидетельство о прохождении обучения по вопросам профилактики карантинных и паразитарных заболеваний, по которому обладателю свидетельства разрешена работа по инструктажу граждан, выезжающих в страны, эндемичные по данным инфекциям. Вышеуказанное свидетельство (копия) предоставляется в орган по сертификации туристических услуг.

Сертификации в области туризма подлежит следующий перечень услуг:

1. Услуги туроператора по организации внутреннего туризма

тур оздоровительный

тур познавательный

тур профессионально-деловой

тур спортивный

тур религиозный

прочие туры

2. Услуги туроператора по организации выездного туризма

тур оздоровительный

тур познавательный

тур профессионально-деловой

тур спортивный

тур религиозный

прочие туры

3. Услуги туроператора по организации въездного туризма

тур оздоровительный

тур познавательный

тур профессионально-деловой

тур спортивный

тур религиозный

прочие туры

4. Услуги турагента
5. Отдельные услуги туроператора и турагента
Услуги по организации проживания туристов
Услуги по организации питания туристов
Услуги по организации перевозок туристов различными видами транспорта
Обучение основам туристских и альпинистских навыков
Организация экскурсий.

После представления необходимых документов для сертификации туристических услуг руководителем органа по сертификации выносится так называемое решение по заявке о создании экспертной Комиссии по проведению сертификации туристских услуг. Затем Комиссия осуществляет выезд на сертифицируемый объект.

Комиссией, после предоставления организацией всех документов при проведении проверки сертифицируемого объекта, составляется протокол сертификационной проверки, который подписывается членами экспертной комиссии и представителем организации.

Затем органом по сертификации выставляется счет за проведение услуг по сертификации, организацией счет оплачивается, и, при положительном решении комиссии туроператор (турагент) становится обладателем сертификата соответствия туристических услуг.

Источник: https://studfile.net/preview/11666644/page:2/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Программа по развитию туризма в г. Москва
2. Программа развития круизного туризма в Азово-Черноморском регионе
3. Программа развития туризма в Дальневосточном федеральном округе
4. Программы по туризму для детей с ОВЗ
5. Программы развития туризма в малых городах России
6. Программы развития туризма на территориях муниципальных образований

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма

Тема 2.2. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Международные нормативные актов общего характера	Вводная лекция Информационная лекция

		Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Международные нормативные специального характера	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2 Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом

Текст лекции.

Международные нормативные акты, регулирующие отношения в сфере гостиничного и туристского бизнеса

В сфере международного туристского и гостиничного бизнеса применяется целый ряд международных нормативных актов как общего, так и специального характера. Актами общего характера являются Всеобщая декларация прав человека и гражданина ООН 1948 г., Международный пакт о гражданских и политических правах 1966 г. и Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах 1966 г., в которых получили закрепление основные права человека и гражданина, в том числе связанные с его правами на свободу передвижения, на отдых и т.д.'

Принят целый ряд специальных международных правовых актов, посвященных вопросам туризма в целом и международного туризма в частности. В них отражены принципы туризма, такие как: право на туризм; обеспечение свободы доступа к туристским ресурсам; ту-

Тристские ресурсы — достояние человечества; развитие международного туризма на основе концепции устойчивого развития; принцип безопасности международного туризма и запрета использования его в противоправных целях; принцип информационного обеспечения международного туризма; обязанность государств содействовать и участвовать в развитии национального и международного туризма.

Указанные и другие принципы получили отражение в Общей резолюции Дипломатической конференции ООН по международному туризму и путешествиям 1963 г.; Заключительном акте Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе 1975 г.; Манильской декларации по мировому туризму 1980 г.; Документе Акапулько Всемирного совещания по туризму 1982 г.; Хартии туризма и Кодексе туриста 1985 г.; Итоговом документе Венской встречи представителей государств — участников Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе 1989 г.; Гаагской декларации по туризму 1989 г.; Декларации Мирового туристского форума Всемирной конференции министров по туризму 1994 г. и многих других.

В Глобальном этическом кодексе туризма, принятом на 13-й сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации в 1999 г. (ст. 7), впервые было провозглашено «право на туризм», в основе которого лежат право человека на отдых и досуг, право на разумное ограничение рабочего времени и периодические оплачиваемые отпуска.

Указанные выше международные документы содержат в основном нормы-принципы, которые носят по большей части декларативный характер. Провозглашая названные в них принципы, они ориентируют государства на совершение тех или иных действий, в том числе

на заключение международных договоров, направленных на поддержание и развитие международного и национального туризма.

Огромную роль в развитии международного туризма и его правовом регулировании играют международные договоры (соглашения), заключаемые между государствами по вопросам туризма. Такие соглашения могут быть двусторонними и многосторонними, универсатьными и региональными. Первостепенное значение среди них имеют следующие двусторонние соглашения, заключенные Россией со многими государствами:

? договоры о дружбе и сотрудничестве, договоры о дружественных отношениях и сотрудничестве И Т.П.;

? соглашения о торговле, экономическом и техническом сотрудничестве, о торговле и экономическом сотрудничестве И Т.П.;

? соглашения о культурных связях, о культурном сотрудничестве, о сотрудничестве в областях культуры, науки, образования, спорта и туризма и т.п.;

? соглашения о сотрудничестве в области туризма;

? соглашения, регулирующие отдельные аспекты осуществления международных туристских обменов.

Центральное место среди указанных соглашений занимают соглашения о сотрудничестве в области туризма. Подобные соглашения межправительственного характера заключены Россией более чем с 25 странами, в некоторых Россия участвует в качестве правопреемника СССР. Ряд таких соглашений Россия заключила с постсоветскими государствами. Принимаемые государствами в этих соглашениях обязательства имеют в целом схожий характер, различия в основном касаются развиваемых приоритетных видов туризма, а также детализации отдельных положений (поощрение инвестиций, научное сотрудничество, профессиональная подготовка специалистов и т.п.).

Среди соглашений, регулирующих отдельные аспекты осуществления международных туристских обменов, необходимо выделить соглашения о безвизовом режиме, об упрощении визовых процедур, о безвалютном обмене туристскими группами.

Ряд положений, касающихся сферы международного туризма, содержатся в Соглашении о партнерстве и сотрудничестве, учреждающем партнерство между Российской Федерацией, с одной стороны, и Европейскими сообществами и их государствами-членами, с другой стороны (о. Корфу, 24 июня 1994 г.), а также в трех дополнительных Протоколах к нему. В частности, в ст. 75 Соглашения сказано, что стороны расширяют и развивают сотрудничество между собой, которое включает:

? упрощение торговли туристскими услугами;

? взаимодействие официальных туристских органов;

? увел имение взаимного обмена информацией;

? передачу ноу-хау;

? изучение возможностей реализации совместных проектов.

Одним из наиболее важных многосторонних соглашений, в котором затрагиваются вопросы урегулирования туристских формальностей, является Конвенция ООН о таможенных льготах для туристов 1954 г. и Дополнительный протокол к ней, вступившие в силу для СССР 15 ноября 1959 г.Основная цель указанной Конвенции состоит в принятии государствами — ее участниками мер к тому, чтобы не вводить такие таможенные порядки, которые могли бы иметь значительные препятствия для развития международного туризма.

Другим международным соглашением, в котором содержатся положения о таможенных формальностях и процедурах, является Киотская конвенция по упрощению и гармонизации таможенных процедур 1973 г., в ред. Брюссельского протокола 1999 г. С недавнего времени Российская Федерация является участницей указанной Конвенции в редакции указанного Протокола.

Среди международных конвенций, регулирующих договорные отношения в сфере ГТБ, следует назвать Брюссельскую конвенцию по контракту на путешествие, принятую в рамках Международного института по унификации частного права (УНИДРУЛ) в 1970 г. Однако

Конвенция пока не вступила в силу (она подписана 15 государствами, но ратифицирована только тремя — Бельгией, Италией и Того). В Конвенции рассматриваются два вида контрактов на путешествие: контракт на организацию путешествия (organized travel contract) и посреднический контракт на путешествие (intermediary travel contract).

Источник:

https://bstudy.net/704358/turizm/mezhdunarodnye_normativnye_akty_reguliruyuschie_otnosheniya_sfere_gostinichnogo_turistskogo_biznesa?ysclid=lhdkus1tpt280958985

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какие цели декларирует и как осуществляет реализацию поставленных задач Всемирная туристская организация (ЮНВТО)?
2. Каковы основные концепции и понятия в сфере публичного управления туризмом за рубежом?
3. Каковы особенности публичного управления туризмом в Канаде?
4. Каковы пути реализации федеральных и муниципальных программ в туристской отрасли в современной Германии?

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 3.1. Местное самоуправление

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Полномочия органов местного самоуправления в сфере туризма	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Практика реализации муниципальными образованиями федеральных норм	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.1. Местное самоуправление

Текст лекции.

Полномочия органов местного самоуправления в сфере туризма

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» органы местного самоуправления городского, сельского поселения имеют право на создание условий для развития туризма (п. 9 ч. 1 ст. 14.1). Аналогичное право предусмотрено для органов местного самоуправления муниципального района (см. п. 8 ч. 1 ст. 15.1), органов местного самоуправления муниципального округа, городского округа, городского округа с внутригородским делением (см. п. 9 ч. 1 ст. 16.1), внутригородского района (см. п. 3 ч. 1.1 ст. 16.1).

С 1 января 2017 г.[1] действуют положения ст. 3.3 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», в которых определены права органов местного самоуправления по созданию благоприятных условий для развития туризма. В силу положений данной статьи к правам органов местного самоуправления по созданию благоприятных условий для развития туризма относятся:

• реализация мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территориях муниципальных образований, в том числе социального туризма, детского туризма и самодеятельного туризма;

• содействие созданию благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территориях муниципальных образований, и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи;

организация и проведение мероприятий в сфере туризма на муниципальном

уровне;

• участие в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровне;

• содействие в создании и функционировании туристских информационных центров на территориях муниципальных образований.

Перечисленные права распространяются в отношении органов местного самоуправления любых муниципальных образований, однако целесообразно осуществлять эти права в тех муниципальных образованиях, где имеются туристские ресурсы, достаточные для развития туризма на территории соответствующего муниципального образования на долгосрочную перспективу. Кроме того, для проведения не только эпизодических мероприятий, но и осуществления постоянной и эффективной работы по развитию туризма в муниципальном образовании, необходимы финансовые ресурсы и достаточный кадровый потенциал.

В большинстве случаев обеспечение реализации прав органов местного самоуправления по созданию благоприятных условий для развития туризма возлагается на специальные структурные единицы, функционирующие в составе администрации муниципального образования.

В отдельных случаях на территориях муниципальных образований (в целях взаимодействия и согласования действий органов исполнительной государственной власти области, органов местного самоуправления и субъектов туристской индустрии по вопросам развития туризма и сопутствующих отраслей, по вопросам реализации соответствующих

муниципальных программ и стратегий в сфере туризма и пр.) создаются специальные координационные и общественные советы (см., например, постановление администрации Городецкого района Нижегородской области от 27.12.2018 г. № 3962 «О создании координационного совета по развитию туризма и сохранению народных художественных промыслов в Городецком районе», постановление Администрации города Кургана от 24.05.2018 г. № 3177 «Об утверждении Положения о Координационном совете по развитию туризма на территории муниципального образования города Кургана и его состава», постановление Администрации г. Сарапула от 12.01.2018 г. № 32 «О создании Координационного совета по развитию туризма на территории муниципального образования «Город Сарапул», постановление администрации Сосновского муниципального района Челябинской области от 21.04.2017 г. № 1128 «О межведомственном координационном совете по развитию туризма в Сосновском муниципальном районе», постановление Главы администрации муниципального района «Жуковский район» от 06.09.2016 г. № 831 «О создании координационного совета при администрации МР «Жуковский район» по развитию туризма» и др.).

Рассмотрим на нескольких примерах, как в муниципальных образованиях обеспечивается реализация вышеуказанных федеральных норм.

Пример 1. Вологодская область. В Уставе муниципального образования «Город Вологда» (утв. решением Вологодской городской Думы от 25.08.2005 г. № 301) предусмотрено, что органы местного самоуправления муниципального образования «Город Вологда» имеют право на создание условий для развития туризма.

Обеспечение создания благоприятных условий для организации и развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда» возложено на Департамент экономического развития Администрации города Вологды, являющийся функциональным органом Администрации города Вологды по формированию приоритетных направлений и реализации единой муниципальной экономической политики социально-экономического развития муниципального образования «Город Вологда».

Постановлением Главы г. Вологды от 28.12.2009 г. № 7081 утверждено Положение о Департаменте экономического развития Администрации города Вологды и Перечень муниципальных учреждений, подведомственных Департаменту экономического развития Администрации города Вологды. В соответствии с указанным Положением Департамент экономического развития Администрации города Вологды помимо выполнения основных функций также обеспечивает:

1) осуществление функций по реализации отдельных государственных полномочий, переданных в установленном порядке, в том числе по созданию благоприятных условий для организации и развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда»;

2) осуществление функций по участию в реализации отдельных государственных полномочий, нс переданных в установленном порядке, в случае принятия Вологодской городской Думой решения о реализации права на участие в осуществлении указанных полномочий, в том числе в сфере создания благоприятных условий для развития туризма в соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». В этой сфере Департамент экономического развития Администрации города Вологды обеспечивает:

• реализацию мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда», в том числе социального туризма, детского туризма и самодеятельного туризма;

• содействие в создании благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территории муниципального образования «Город Вологда», и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи;

• организацию и проведение мероприятий в сфере туризма на муниципальном уровне;

• участие в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровнях;

• содействие в создании и функционировании туристских информационных центров на территории муниципального образования «Город Вологда».

В свою очередь, согласно постановлению Администрации г. Вологды от 21.12.2018 г. № 1605 в структуре Департамента экономического развития Администрации города Вологды предусмотрено специальное структурное подразделение — отдел торговли, туризма и межмуниципальных связей, положение о котором утверждено указанным постановлением. Отдел торговли, туризма и межмуниципальных связей в соответствии с возложенными на него осуществляет следующие функции в сфере создания условий для развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда» осуществляет следующие функции: а) участвует в реализации Стратегии развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда» на период до 2025 года «Насон-город» (утв. решением Вологодской городской Думы от 24.04.2014 г. № 2065), в том числе:

• осуществляет мониторинг и контроль реализации указанной Стратегии развития туризма;

• готовит и обеспечивает представление в Вологодскую городскую Думу ежегодного отчета Администрации города Вологды о реализации указанной Стратегии развития туризма;

• обеспечивает размещение ежегодного отчета Администрации города Вологды о реализации указанной Стратегии развития туризма на официальном сайте Администрации города Вологды в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

• осуществляет мониторинг и контроль реализации планов мероприятий по реализации указанной Стратегии развития туризма по основным направлениям с целью достижения выполнения целевых показателей;

б) обеспечивает выполнение Плана мероприятий по развитию туризма на территории муниципального образования «Город Вологда»;

в) ведет работу по реализации на территории муниципального образования «Город Вологда» туристических проектов;

г) осуществляет сбор, анализ и прогнозирование финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития сферы туризма на территории муниципального образования «Город Вологда»;

д) ведет реестры туристических ресурсов муниципального образования «Город Вологда»;

е) обеспечивает работу Координационного совета по туризму города Вологды;

ж) осуществляет сбор информации о возможностях участия муниципального образования «Город Вологда» в российских и межрегиональных конкурсах туристской направленности, а также обеспечивает участие Администрации города Вологды в туристических конкурсах на региональном и межрегиональном уровнях и подготовку пакета документов и презентаций, необходимых для участия в таких конкурсах.

Кроме того, в части осуществления функций по участию в реализации отдельных государственных полномочий, не переданных в установленном порядке, в случае принятия Вологодской городской Думой решения о реализации права на участие в осуществлении указанных полномочий, отдел торговли, туризма и межмуниципальных связей обеспечивает в сфере создания благоприятных условий для развития туризма в соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»:

• реализацию мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда», в том числе социального туризма, детского туризма и самодеятельного туризма;

• содействие в создании благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территории муниципального

образования «Город Вологда», и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи;

• организацию и проведение мероприятий в сфере туризма на муниципальном уровне;

• участие в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровнях;

• содействие в создании и функционировании туристских информационных центров на территории муниципального образования «Город Вологда».

Пример 2. Республика Крым. В соответствии со ст. 8 Закона Республики Крым от 14.08.2014 г. № 51-ЗРК «О туристской деятельности в Республике Крым» в целях создания благоприятных условий для развития туризма органы местного самоуправления муниципальных образований в Республике Крым имеют право:

1) реализовать меры по развитию приоритетных направлений развития туризма на территориях муниципальных образований, в том числе социального туризма, детского туризма и самодеятельного туризма;

2) содействовать созданию благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территориях муниципальных образований, и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи;

3) организовывать и проводить мероприятия в сфере туризма на муниципальном уровне;

4) участвовать в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровнях;

5) содействовать в создании и функционировании туристских информационных центров на территориях муниципальных образований.

В ст. 10 Устава муниципального образования городской округ Симферополь Республики Крым (принят решением Симферопольского горсовета от 13.11.2014 г. № 61) предусмотрено, что органы местного самоуправления городского округа имеют право на создание условий для развития туризма.

Решением Симферопольского горсовета Республики Крым от 25.06.2015 г. № 286 «О структуре и штатной численности Администрации города Симферополя Республики Крым» утверждено Положение о муниципальном казенном учреждении управление молодежи, спорта и туризма администрации города Симферополя Республики Крым (приложение 28 к данному решению), в рамках которого определены задачи, функции, права, структура и иные аспекты функционирования данного учреждения.

К числу задач муниципального казенного учреждения управление молодежи, спорта и туризма администрации города Симферополя Республики Крым отнесено обеспечение реализации на территории городского округа Симферополь государственной политики в сфере туризма. Для реализации указанной задачи данный орган наделен следующей компетенцией:

• определять приоритетные направления развития туризма и реализацию, в пределах своих полномочий, мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территории городского округа Симферополь;

• участвовать в разработке и реализации муниципальных программ развития городского округа Симферополь как туристского центра, строительстве и реконструкции объектов туристской инфраструктуры городского округа Симферополь;

• содействовать продвижению туристских продуктов, сформированных на территории городского округа Симферополь, на внутреннем и мировом туристских рынках, повышению привлекательности городского округа Симферополь как туристского центра;

• создавать в пределах своих полномочий условия для развития туристской индустрии на территории городского округа Симферополь;

• содействовать в развитии и укреплении межмуниципальных связей и сотрудничества городского округа Симферополь в сфере туризма;

• осуществлять иные полномочия в соответствии с законодательством РФ, нормативно-правовыми актами РФ и Республики Крым, указанным Положением и иными муниципальными правовыми актами.

В муниципальном образовании городской округ Симферополь Республики Крым действует муниципальная программа «Создание условий для развития туризма в муниципальном образовании городской округ Симферополь Республики Крым», утв. постановлением Администрации г. Симферополя от 10.12.2015 г. № 1487. В рамках этой программы обеспечивается создание условий для эффективного развития туристской отрасли в муниципальном образовании городской округ Симферополь Республики Крым: повышение уровня использования туристско-рекреационного потенциала города Симферополя, повышение предоставления туристских услуг, увеличение количества числа туристов в городе Симферополе, разработка туристских пеших и веломаршрутов в городе Симферополе, реализация мероприятий по проведению праздников, выставок, ярмарок и других мероприятий по улучшению туристского имиджа города Симферополя, проведение рекламной деятельности, направленной на продвижение туристических ресурсов города Симферополя на туристическом рынке, информирование о туристических объектах города Симферополя.

Пример 3. Краснодарский край. Закон Краснодарского края от 25.10.2005 г. № 938-КЗ «О туристской деятельности в Краснодарском крае» в ст. 7.1 предусматривает, что в целях создания условий для развития туризма органы местного самоуправления в Краснодарском крае вправе осуществлять следующие полномочия:

1) принятие муниципальных правовых актов по вопросам развития туризма;

2) подготовка предложений по проектам нормативных правовых актов Краснодарского края, регулирующих вопросы в сфере туризма;

3) разработка и организация выполнения муниципальных программ, направленных на развитие туризма;

4) обустройство туристских маршрутов и объектов туристского показа;

5) обеспечение условий доступности для инвалидов туристских ресурсов;

6) решение иных вопросов, направленных на создание условий для развития туризма.

К правам органов местного самоуправления в Краснодарском крае по созданию благоприятных условий для развития туризма относятся:

1) реализация мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территориях муниципальных образований, в том числе внутреннего туризма, въездного туризма, социального туризма, детского туризма, самодеятельного туризма и аграрного туризма;

2) содействие созданию благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территориях муниципальных образований, и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи;

3) организация и проведение мероприятий в сфере туризма на муниципальном уровне;

4) участие в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровне;

5) содействие в создании и функционировании туристских информационных центров на территориях муниципальных образований.

В развитие указанных законодательных норм в уставе муниципального образования город Краснодар (утв. решением городской Думы Краснодара от 21.04.2011 г. № 11) закреплено, что органы местного самоуправления муниципального образования город Краснодар в числе прочих прав имеют право на создание условий для развития туризма.

В рамках реализации закрепленных за органами местного самоуправления муниципального образования город Краснодар прав по созданию благоприятных условий для развития туризма была утверждена муниципальная программа муниципального образования город Краснодар «Развитие туризма в муниципальном образовании город Краснодар» (см. постановление администрации МО город Краснодар от 15.10.2014 г. № 7487), целевым назначением которой явилось создание условий для эффективного развития туристской отрасли в муниципальном образовании город Краснодар, продвижение позитивного имиджа муниципального образования город Краснодар на межрегиональном, федеральном и международном уровнях, увеличение туристского потока. Среди основных задач данной программы обозначены:

• обеспечение роста туристского потока в муниципальном образовании город Краснодар, повышение качества предоставляемых туристских услуг в соответствии с международными стандартами;

• развитие малого и среднего предпринимательства в сфере туризма и вовлечение граждан в создание новых туристских услуг, организация и проведение мероприятий, способствующих привлечению иностранных и российских туристов;

• формирование конкурентоспособного туристского продукта через совершенствование используемых и формирование новых объектов экскурсионного показа, объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, сервисного обслуживания, увеличение рынка туристских услуг, повышение качества предоставляемых туристских услуг в соответствии с международными стандартами;

• повышение привлекательности муниципального образования город Краснодар на внутреннем и внешнем рынках туристических услуг для делового, образовательного, историко-культурного, этнографического, паломнического, событийного и других видов туризма;

• формирование и продвижение имиджевой политики, направленной на привлечение инвестиционных ресурсов и повышение конкурентоспособности туристской отрасли в муниципальном образовании город Краснодар.

В целях реализации предусмотренных указанной программой мероприятий в необходимых случаях и в рамках имеющейся компетенции органами местного самоуправления города Краснодар издаются соответствующие муниципальные акты, например, постановление администрации МО город Краснодар от 11.07.2018 г. № 2839 «Об участии в организации и проведении туристического фестиваля-конкурса Юга России «Эфес Кубани» по артистическому фехтованию и боевому танцу», постановление администрации МО город Краснодар от 28.04.2018 г. № 1841 «Об участии в организации и проведении краевого туристического фестиваля «Античное наследие России» на территории муниципального образования город Краснодар» и др.

В целях реализации возложенных ст. 3.3 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» на органы местного самоуправления прав по созданию благоприятных условий для развития туризма, данные органы взаимодействуют с исполнительными органами государственной власти, организациями, учреждениями, предприятиями, средствами массовой информации, общественными объединениями, в том числе по вопросам обеспечения принятия и применения необходимых нормативных правовых актов в сфере туризма; организации материально-технического и хозяйственного обеспечения мероприятий по созданию условий для развития туризма; информационной поддержки проведения туристских и иных мероприятий через средства массовой информации; другим вопросам, связанным с реализацией органами местного самоуправления своих прав по созданию благоприятных условий для развития туризма.

Источник:
https://vuzdoc.org/6062/ekonomika/polnomochiya_organov_mestnogo_samoupravleniya_sfere_turizma?ysclid=lhdli0urak127223879

При этом важнейшая роль в создании благоприятных условий для развития доступного, в широком смысле, и массового туризма, в первую очередь в обеспечении безопасности туризма, принадлежит региональным туристским администрациям. Практический пример результатов исследования в этой области представлен в Доступный, социальный и массовый туризм. Проблемы и перспективы развития в России https://bstudy.net/797223/turizm/dostupnyy_sotsialnyy_i_massovyy_turizm_problemy_i_perspektivy_razvitiya_v_rossii

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Расскажите о местном самоуправлении в индустрии туризма вашего региона;
2. Что вам известно о государственные органы специальной компетенции, приведите примеры из вашего региона;

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 3.2. Зарубежный опыт организации местного самоуправления

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Зарубежный опыт развития экономики туризма	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Зарубежный опыт местного самоуправления	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Мировой опыт государственного регулирования туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.2. Зарубежный опыт организации местного самоуправления

Текст лекции.

Зарубежный опыт развития экономики туризма

На основе изучения опыта организации управления туристско-рекреационной индустрией за рубежом можно выделить три модели государственного управления.

Первая модель предполагает отсутствие центральной государственной туристской администрации, все вопросы решаются на местах на основе принципов рыночной самоорганизации. Правительства отдельных стран принимают такое решение в тех случаях, когда туризм не является значимой для страны отраслью хозяйства, либо когда субъекты туристского рынка сознательны и занимают сильные позиции, т.е. способны решить свои проблемы без государственного участия.

Эта модель управления используется в США (в 1997 г. в США была ликвидирована государственная структура — USTTA, ведавшая туризмом). Руководство страны решилось на это в силу ряда причин:

? сокращение расходов федерального бюджета;

? наличие прочных позиций США на международном рынке туризма;

? привлекательность страны для зарубежных туристов;

? присутствие сильных частных компаний в индустрии туризма, способных на мощные самостоятельные рекламные акции в интересах всего национального рынка.

Вторая модель предусматривает наличие сильного и авторитетного министерства, контролирующего деятельность всей индустрии. Для ее реализации требуются определенные условия, а именно: большие финансовые вложения средств в индустрию туризма, рекламную и маркетинговую деятельность, инвестирование в туристскую инфраструктуру.

Организация управления туриндустрией по этой модели распространена в Турции, Египте, Тунисе и других странах, где туризм является одним из основных источников валютных поступлений.

Третья модель преобладает в европейских государствах и состоит в том, что вопросы развития туристской деятельности страны решаются на уровне какого-либо многоотраслевого министерства. Чаще всего это министерство с экономическим уклоном. При этом подразделение данного министерства, которое занимается вопросами туризма, осуществляет деятельность в двух направлениях: занимается глобальными вопросами государственного регулирования (разработкой нормативно-правовой базы, координацией деятельности регионов, международным сотрудничеством на межгосударственном уровне, обработкой статистической информации) и маркетинговой деятельностью, участием в выставках, управлением туристскими представительствами за рубежом.

В настоящее время система управления туризмом в большинстве стран носит преимущественно территориальный характер с возможностями воздействия на отраслевое развитие страны. В качестве примера можно рассмотреть систему управления туризмом Великобритании, являющуюся типовой для многих европейских стран.

На уровне страны, прежде всего, необходимо отметить Министерство национального наследия, в сферу компетенции которого входят вопросы осуществления политики в индустрии туризма страны. Отдел по туризму, существующий в рамках указанного министерства, включает в себя два подразделения: первое — отвечающее за финансовую поддержку индустрии туризма, за межведомственную координацию спорных вопросов, а также за предоставление индустрии туризма Англии на международном уровне; второе — отвечающее за статистическую информацию по состоянию туризма в стране, за

стимулирование развития внутреннего туризма, а также за повышение качества туристского обслуживания. Соответствующие региональные отделения Министерства в первую очередь отвечают за координацию деятельности региональных органов управления, установление более тесных контактов между ними и устранение дублирования в их деятельности. Кроме того, на уровне каждого региона страны (Уэльса, Шотландии, Северной Ирландии и др.) существуют Управления но развитию туризма, функциями которых в первую очередь являются поддержание надлежащего уровня развития туризма в своем регионе и обеспечение объективной информации о нем на уровне всей страны. И, наконец, на еще более низком уровне существую местные органы управления, отвечающие за создание инфраструктуры и обеспечение качественного обслуживания на их территории, планирование их развития, а также осуществляющие финансирование существующих Туристских информационных центров, которые предоставляют информационные услуги, осуществляют бронирование мест и пр.

Однако, кроме перечисленных территориальных органов управления, туризм в Великобритании представлен целым рядом негосударственных (общественных) организаций, выполняющих функции отраслевого управления на различных уровнях. В качестве общественных организаций существуют также представительства частного сектора, организованные в различные ассоциации и общества, отвечающие за лоббирование интересов предпринимателей индустрии туризма, консультирование и совершенствование методов работы на различных уровнях власти.

Организация управления туризмом во Франции представляет собой стройную и эффективную систему, объединяющую государство, регионы, департаменты, коммуны и частный сектор:

? министерство но транспорту и обустройству;

? государственный секретариат по туризму;

? региональные комитеты но туризму (22 региона);

? комитеты но туризму департаментов (100 департаментов);

? коммуны (36 тыс. коммун).

На государственном уровне за туризм отвечает Министерство обустройства и транспорта. В его структуре находится государственный секретариат но туризму, исполняющий функции национальной туристкой администрации. В компетенцию федерального туристского ведомства входят вопросы: профессионального обучения; статистики туризма, прогнозирования эволюции туризма; формирования взаимоотношений с региональными комитетами; ведение контракт-планов но регионам (между государством и регионами подписываются контракты на 5 лет во всех областях, которые интересуют государство).

Важное место в системе управления туристской сферой занимает Агентство по туристской инженерии Франции (AFIT), которое является государственной организацией и выполняет следующие функции:

? адаптировать новые туристские проекты в национальных масштабах;

? проводить анализ и перспективное планирование развития туризма;

? исследовать поведение туристов в разных странах (наблюдение за спросом);

? наблюдение за информированием туристов о туристских предложениях;

? составление рекомендаций для различных туристских организаций;

? проведение обучение для отраслевых специалистов, проведение технических дней для передачи «ноу-хау»;

? ведение проектов «от начала до конца».

Министерство но туризму, как курирующая организации, обеспечивает AFIT помещениями и выплачивает заработную плату его сотрудникам (в агентстве работает 22 сотрудника). Годовой бюджет агентства составляет около 5400 тыс. евро. Из них пятая часть формируется за счет продажи услуг агентства, а 4/5 представляют собой субсидии различных министерств. Такое агентство единственное во Франции, однако по прогнозам специалистов

потребность в туристской инженерии будет постоянно возрастать, поэтому в наиболее крупных туристских регионах могут быть созданы аналогичные региональные агентства.

На национальном уровне во Франции действуют организации, объединяющие как комитеты но туризму, так и ассоциации и турбюро: Федерация комитетов и департаментов по туризму Франции, Федерация ассоциаций городских турбюро Франции, Федерация арендных домиков Франции, Федерация пригородных парков и др.

Система управления туризмом во Франции складывалась десятилетиями. В настоящее время наметилась тенденция децентрализации в государственном управлении туризмом после передачи некоторых властных полномочий в регионы и департаменты. Несмотря на успешное развитие Франции как туристской территории (76 млн туристов в год, 12% ВВП Франции от туризма), можно обозначить такие общенациональные проблемы, как старение туристских секторов, а также ограниченность природных ресурсов для будущего развития.

В Испании вопросами туризма занимается Министерство экономики (через Государственный секретариат по торговле, туризму и малому бизнесу). Кроме Госсекретариата Министерству подчиняются: Центральная дирекция по туризму (административные вопросы и общее направление политики); гостиничная цепь Paradores (83 гостиницы, размещенные в зданиях, представляющих историко-архивный интерес); два выставочно-кон- грессных центра (в Мадриде и Малаге); Испанский институт туризма — Turespaca. Turespaca занимается привлечением иностранных туристов, рекламной деятельностью и продвижением испанских курортов за рубежом. Данная организация имеет широкую сеть информационных офисов в Испании и 29 представительств в 21 стране мира. Институт полностью финансируется из госбюджета.

В Италии Департамент по туризму подчиняется Министерству производственной деятельности. Основные функции Департамента сводятся к координации деятельности региональных турадминистраций, разработке нормативно-правовых отраслевых документов национального характера, исследованиям и обработке статистических данных, а также международной деятельности (межправительственные соглашения, взаимоотношения с международными организациями и Евросоюзом).

Однако центральная роль в представлении Италии на международном туристском рынке принадлежит национальному управлению но туризму (ENIT), основными функциями которого являются рекламно-информационная работа, маркетинговые исследования, координация зарубежной деятельности местных турадминистраций. ENIT подчиняется Департаменту но туризму и полностью финансируется из госбюджета. В штате ENIT 200 человек, в том числе сотрудники 20 представительств в 26 странах.

По масштабам международного туризма, федеральному устройству и способу организации индустрии туризма для России, наиболее приемлема третья модель управления. Однако для эффективного функционирования данной модели целесообразно государственное регулирование, что продиктовано необходимостью участия государства в формировании и продвижении национального турнродукта, осуществлении маркетинговых исследований, рекламно-информационной деятельности, организации и проведении международных туристских выставок, конференций, семинаров, формировании базового пакета инвестиционных проектов в области развития туристской инфраструктуры.

Туризм, в соответствии с рекомендациями ВТО, следует рассматривать с точки зрения развития и управления на контролируемой, комплексной и устойчивой основе, с учетом применения основных принципов планирования. Подобный подход возможен лишь при условии применения территориально-отраслевого подхода к управлению и планированию туризма в регионе. Планирование в индустрии туризма зародилось в Европе в начале 60-х гг. XX века. Следует отметить, что планирование в туризме всегда имеет территориальную привязку к определенному географическому пространству. Сущность планирования в туризме заключается в создании определенных условий в дестинации, используя инфраструктуру и туристские другие ресурсы. Планирование развития туризма рекомендуется осуществлять на всех уровнях: международной, национальном, региональном, местном (локальном), а также в

отношении конкретных районов и объектов. Национальное и региональное планирование закладывает основы для развития туризма страны и ее регионов.

Источник:
https://bstudy.net/956093/ekonomika/razvitie_transformatsiya_ekonomicheskih_sistem?ysclid=lhbpub9k2r814681132

Зарубежный опыт местного самоуправления

Организация местного самоуправления в США, Великобритании, Франции, Германии, Италии и Японии.

В США местное самоуправление регулируется законами штатов, которыми устанавливаются границы муниципальных образований, формы организации местной власти, полномочия местных органов власти и т.д.

Большинство штатов разделены на графства[1] (как области России на районы), в каждом из которых проживает примерно от 25 тыс. до 1 млн и более жителей. На территориях графств расположены сельские и городские общины (тауншипы, тауны, вилиджи, бороу, сити и др.). Местное самоуправление осуществляется и в графствах, и в общинах. То есть на двух уровнях.

Из графств выделены крупные города (мегаполисы), которые делятся на районы, внутри которых осуществляется местное самоуправление, координируемое специальными межмуниципальными органами самоуправления.

Особенностью местного самоуправления в США является то, что некоторые вопросы местного значения (образовательные, строительные, пожарные, водоснабжения, канализационные и др.) могут решаться не в рамках графств, а в рамках специальных округов, территории которых могут не совпадать с территориями графств. То есть охватывать разную площадь: от небольшой территории до нескольких графств. Они создаются в целях оказания населению тех услуг, которые не могут или не в полной мере могут быть обеспечены органами графств самостоятельно. Или если решение этих вопросов таким образом будет более рациональным. В специальных округах создаются органы специальной компетенции (управления или комиссии), которые избираются населением либо назначаются графствами или штатами.

В большинстве штатов муниципальные образования принимают свои хартии, в которых определены устройство местных органов власти и другие важные правила организации местного самоуправления. Созданная в масштабах всей страны негосударственная ассоциация муниципальных образований в помощь муниципальным образованиям утверждает модельную муниципальную хартию. В ней, в частности, предусмотрены: полномочия муниципального совета, его советников, служащих и мэра;

порядок формирования местной администрации, порядок назначения и полномочия муниципального менеджера;

порядок формирования и расходования муниципального бюджета;

вопросы, связанные с планированием развития муниципалитета; организация муниципальных выборов и референдумов, подачи петиций и осуществления других гражданских инициатив;

ограничения для муниципальных советников и служащих, которые обеспечивают предупреждение конфликтов интересов общины и данных лиц;

порядок изменения муниципальной хартии.

Модельная хартия содержит комментарии, разъясняющие сущность и значение соответствующих правил.

Хартии муниципальных образований могут отличаться от модельной муниципальной хартии и устанавливают более детальные правила организации местного самоуправления.

Кроме законодательства штатов и муниципальных хартий определенную роль в регулировании местного самоуправления в США играют судебные прецеденты и судебные толкования.

Функции органов местного самоуправления в США можно условно разделить на две группы:

- 1) административные — обеспечение правопорядка, противопожарная охрана, сбор налогов, проведение выборов, контроль за качеством товаров, регистрация актов гражданского состояния и др.;
- 2) социальные — содействие работе школ, библиотек, общественных парков, медицинских и социальных учреждений, жилищно-коммунальных служб.

Организационные формы местной власти разнообразны. Основные из них: мэр—совет, совет—мэр, совет—мэр—управляющий, комиссия.

Органы местного самоуправления действуют строго в соответствии с законом. Среди форм воздействия на них со стороны штатов, в случае такой необходимости, выделяют прямые и косвенные:

1) прямые — от направления обязательных инструкций до смещения органов местного самоуправления и передачи их функций администрации штата или ее представителю (например, в случае неплатежеспособности муниципалитета);

2) косвенные — от требований представлять доклады по каким-то вопросам до жесткого контроля за использованием предоставляемых муниципалитетам субсидий.

В Великобритании в соответствии с законом Англия и Уэльс разделены на графства. Графством может быть и мегаполис (метрополитенское графство).

Численность населения графства в Уэльсе примерно 340 тыс. человек, в Англии — 700 тыс. человек, метрополитенского — 2 млн человек.

Графства делятся на округа с населением примерно 100 тыс. человек, которые охватывают сельские и городские населенные пункты. Численность населения округа в метрополитенском графстве — примерно 330 тыс. человек.

Территория Шотландии разделена на регионы (по сути — те же графства), внутри которых - округа.

Территория Северной Ирландии делится на графства (2 из них — города), которые делятся на районы (по сути — те же округа).

Низовые муниципальные образования в Англии и Северной Ирландии называются приходами, а в Уэльсе и Шотландии - общинами.

В разных районах страны местное самоуправление осуществляется на двух или трех уровнях: графство-округ или графство-округ-приход (община).

Полномочия в сфере местного самоуправления разделены между муниципальными образованиями разных уровней:

- 1) в ведении графства — планирование в графстве (городе), строительство и ремонт дорог (кроме магистральных и мостов); образование, библиотеки и музеи; социальные службы; полиция и пожарная охрана; трудоустройство молодежи; продовольствие и медикаменты; парки и уборка мусора; мелкие акционерные компании;
- 2) в ведении округа — планирование села (города); жилищное строительство; здравоохранение и борьба с шумом; зрелища и реклама; сбор мусора; содержание кладбищ; налогообложение; фабрики и учреждения на его территории;
- 3) в ведении прихода (общины) — распределение земельных участков; места отдыха; пешеходные дорожки; автобусные стоянки; погребение.

При этом возможно взаимное делегирование полномочий, а также создание совместных органов по решению отдельных вопросов.

Функции органов местного самоуправления, в зависимости от порядка их возникновения, могут быть следующие:

- 1) дискреционные — обязательные по закону;

- 2) возникающие из адаптивных законов, которые применяются, если они одобрены соответствующим местным советом (впрочем, в этих законах могут быть обязательные и рекомендованные функции);
- 3) возникающие из т.н. «местных законов», которые парламент издает по просьбе конкретного муниципального образования;
- 4) возникающие из подзаконных актов (правительства или министерств);
- 5) делегируемые.

Во всех муниципальных образованиях, за исключением мелких, избираются советы. В мелких - действуют собрания граждан, которые в свою очередь также могут избирать советы, если это необходимо.

Территория Большого Лондона разделена на административные районы (чуть более 30-ти), в которых до 1980 г. были советы. Затем их заменили специальными органами, назначаемыми из центра (то же самое сделано в метрополитенских графствах).

Советы графств и округов по структуре примерно одинаковы -советники избираются на 4 года (в Шотландии — на 3 года) и ежегодно из своего состава избирают председателя совета (в городе он называется мэром). Состав советников ежегодно переизбирается на одну треть. Могут быть и другие правила переизбрания, но оно обязательно. Численность совета определяется количеством избирательных округов, которая устанавливается государственным секретарем и может составлять несколько десятков. Советы формируют местные администрации, в которых работают муниципальные служащие.

Совет прихода (общины) состоит примерно из 5—15 членов. Если совета прихода нет, то его обязанности выполняют председатель собрания прихода (проводимого один раз в год) и чиновник совета округа (т.н. доверенное лицо).

Во Франции 4 уровня власти: центр, регионы (22), департаменты (более 100) и коммуны (более 36 тыс.). В регионах, департаментах и коммунах осуществляется местное самоуправление при наличии назначаемых Правительством представителей государства — префектов и супрефектов. При этом разграничение функций между выборны ми органами местного самоуправления и представителями государства везде разное.

В департаменте избирается генеральный совет на 6 лет, который формирует постоянно действующий исполнительный орган - департаментскую комиссию в составе 4—7 человек, которые не могут быть депутатами. На ее заседаниях присутствует префект или его представитель.

В коммуне избирается муниципальный совет из 6—9 человек на 6 лет. Совет осуществляет, в частности, следующие полномочия:

избирает из своего состава мэра и его заместителей;

разрабатывает и принимает бюджет коммуны;

управляет имуществом коммуны;

определяет содержание коммунальных работ;

создает и ликвидирует должности коммунальных чиновников.

Контроль за законностью решений совета осуществляет префект с помощью работающего в коммуне супрефекта. Муниципальный совет может быть распущен мотивированным указом Президента страны, например, за неспособность обеспечить управление общиной.

Мэр осуществляет, в частности, следующие полномочия:

доводит до сведения населения законы и обеспечивает их выполнение;

участвует в наборе в армию;

ведет акты гражданского состояния;

разрабатывает проекты решений совета;

исполняет решения совета.

Он не несет ответственности перед советом, но может быть отстранен от дел Министром внутренних дел на срок до 1 месяца и отправлен в отставку указом Президента, одобренным Советом министров.

В Германии 3 уровня управления: федеральный, земельный и коммунальный. Коммунальное управление осуществляется, в основном, на двух уровнях: в районах (уездах) и общинах, в которых действуют выборные органы (советы). В общинах с населением менее 200 человек, наряду с советами, действуют собрания граждан. Каждая община имеет свой устав.

Местное самоуправление означает выполнение органами местного самоуправления государственных задач под свою ответственность, то есть как будто государство делегирует органам местного самоуправления свои полномочия. Однако общины обладают суве ренными правами по вопросам организационным, кадровым, правотворческим, финансовым и др.

Кроме собственных задач общины выполняют общегосударственные задачи, действительно делегируемые им государственными органами.

Собственные задачи включают в себя обязательные и добровольные:

- 1) обязательные — строительство школ и дорог, пожарная охрана, санитарный надзор и др.;
- 2) добровольные — строительство культурных, спортивных и социальных объектов, которые нельзя строить, если не построены обязательные, и др.

Организационные формы местной власти 4-х типов:

- 1) магистратная — совет общины избирается на 4 года и избирает бургомистра, который председательствует в исполнительном органе (магистрате) на правах первого среди равных (хотя и с особыми полномочиями), потому что магистрат является коллегиальным органом;
- 2) бургомистерская — совет избирается на 5 лет и избирает бургомистра, который председательствует в совете и осуществляет исполнительную власть, являясь главой исполнительного органа (городской управы);
- 3) северогерманская - совет избирается на 5 лет и избирает бургомистра, который председательствует в совете, и директора общины (или городского директора), который осуществляет текущее управление;
- 4) южногерманская — население избирает совет на 6 лет и обер-бургомистра, который председательствует в совете, готовит его решения, а также исполняет решения совета (имея право их опротестовывать) и осуществляет текущее управление.

В Италии местное самоуправление осуществляется на трех уровнях: в областях[1], провинциях и муниципалитетах (городских и сельских коммунах).

В области прямым голосованием избирается совет в составе от 30 до 80 членов на 5 лет, который из своего состава избирает председателя и членов джунты (исполнительный орган), которые руководят областной администрацией. Основные полномочий области: установление и изменение границ муниципалитетов, профессиональная

Отдельные области, в отличие от большинства, обладают большей автономией, вплоть до обладания правом принятия своих законов. подготовка, здравоохранение и больничное обслуживание, культурные услуги, планирование строительства, туризм, областной общественный транспорт, судоходство на озерах, развитие портов и портового хозяйства, охрана окружающей среды и др.

Контроль за деятельностью областных органов власти осуществляет комиссар, который назначается центральным правительством, и контрольная комиссия, три члена которой назначаются председателем областного совета, один — областным комиссаром и один — областным административным судом из состава его судей.

В провинции население избирает совет в составе от 24 до 45 депутатов на 5 лет и председателя, который сам формирует и возглавляет джунту.

В дополнение к органам самоуправления в провинции назначается губернатор, который подотчетен Министерству внутренних дел и отвечает за поддержание общественного порядка, исполнение национальных законов и за соответствие закону решений, принимаемых провинциальным советом.

Муниципалитет вправе решать любой вопрос местного значения, если он не находится в компетенции вышестоящего органа власти. В его компетенции находятся санитарная служба и

здравоохранение, служба общественной помощи, коммунальный жилой фонд, общественные работы, рынки и ярмарки, содержание местной полиции, общественный транспорт, места общественного пользования, помощь при несчастных случаях, строительство и содержание школ и дорог, обеспечение условий для отдыха, культурной деятельности и занятий спортом, регистрация актов гражданского состояния, списки избирателей, сбор налогов и пошлин.

Население муниципалитета избирает совет в составе от 13 до 80 депутатов на 5 лет и синдика (мэра), который сам формирует и возглавляет джунту, а в коммунах с населением до 15 тыс. жителей выполняет и функции председателя совета.

Одновременно синдик представляет центральное правительство и в качестве государственного лица он обязан:

обеспечивать публикацию и доведение до сведения граждан законов, других государственных актов и информации правительства;

поддерживать общественный порядок и обеспечивать безопасность граждан;

составлять статистические отчеты по определенным показателям;

вести избирательные и призывные списки;

осуществлять другие функции, имеющие отношение к общественным работам и обеспечению общественного благосостояния.

В Японии местное самоуправление осуществляется на двух уровнях: в префектурах (и приравненных к ним районах Токио и Хоккайдо) с населением от 0,5 до 12 млн человек и в общинах (городах, поселках и селах). Крупные города префектур (с населением свыше 500 тыс. чел.) имеют особый правовой статус.

Токио разделен на районы, в которых избираются советы и главы районов. В других крупных городах также имеют районы, но в них нет избираемых органов, а главы их исполнительных органов назначаются мэрами городов.

Глава местной администрации (в префектуре — губернатор, в общине — мэр или староста) избирается населением на 4 года и рассматривается как представитель Правительства на соответствующей территории. Он стоит над муниципальным советом и вправе:

самостоятельно назначать чиновников местной администрации;

налагать вето на решения совета (отклоняемое 2/3 голосов);

брать на себя функции совета и даже распускать его (назначая при этом новые выборы).

Однако и совет может отстранить губернатора (мэра), если за это проголосует 3/4 его депутатов, но для постановки вопроса об отзыве губернатора (мэра) требуется петиция, подписанная 1/3 избирателей. Споры разрешаются в административном или судебном порядке.

Губернатор может быть досрочно смещен премьер-министром, а мэр города и староста деревни — губернатором.

Совет избирается населением на 4 года в составе, зависящем от численности соответствующего населения (префектуры — не более 120 депутатов, а общины — от 12 до 30). В мелких общинах советы не избираются, а созываются собрания избирателей.

По инициативе 1/3 избирателей может проводиться голосование населения о роспуске местного совета, и он распускается, если за это проголосовало большинство участвующих в голосовании местных жителей. В таком же порядке могут быть отозваны губернаторы, мэры, старосты и другие местные выборные должностные лица. Но отзыв возможен только через год после их вступления в должность.

Органы местного самоуправления обязаны:

планировать развитие своих территорий;

заботиться о создании и поддержании в хорошем состоянии необходимой для жизнедеятельности инфраструктуры (жилья, дорог, каналов, городского хозяйства и т.п.);

заниматься вопросами начального и среднего образования, здравоохранения;

содействовать местному предпринимательству (прежде всего мелкому и среднему), поддерживать сельскохозяйственное производство;

регулировать трудовые отношения;

обеспечивать безопасность граждан и сохранность их имущества; заботиться об охране окружающей среды.

Источник:
https://vuzdoc.org/14609/pravo/zarubezhnyy_opyt_mestnogo_samoupravleniya?ysclid=lhdlorn3nn38841601

Мировой опыт государственного регулирования туризма

В ходе рассмотрения мировой практики по государственному регулированию туризмом в различных странах следует отметить, что все они могут быть поделены на две группы:

В первую группу входят страны, которые имеют самостоятельный орган исполнительной власти, отвечающий за туризм. При этом в странах, относящихся к этой группе, министерство туризма, со всем разнообразием своих департаментов и отделов, напоминает правительство в миниатюре, в нём действует налоговый, инвестиционный отделы, отдел по управлению имуществом, отделы профессионального образования, экономики и статистики, сертификации, лицензирования. Орган исполнительной власти, осуществляющий управление туристской отраслью, должен устанавливать отношения с министерствами экономики, внешнеэкономических связей или внешней торговли, культуры, образования, сельского хозяйства и транспорта. При этом правительства стран, где действуют государственные органы управления туризмом, передают им исключительные полномочия решать вопросы, относящиеся к регламентации туристской деятельности, продвижению страны как туристского направления, вопросы профессиональной подготовки и т.д. .

К первой группе можно отнести и страны, в которых туристские администрации входят в состав министерств экономики, промышленности, транспорта, торговли. Так, отдельные структурные подразделения, наделенные большой компетенцией и входящие в состав других министерств, существуют в Италии, Тунисе, на Кипре, Испании.

Вторая группа включает страны, где функции государства в области туризма рассредоточены в разных органах государственной власти. Для второй группы стран характерно отсутствие четкой туристской политики, дублирование функций несколькими органами исполнительной власти, размытость вопросов компетенции и функций в сфере туризма. К таким странам можно отнести Российскую Федерацию, Казахстан. В целом, туризм в этих странах развивается медленно и не является ведущим сектором экономики.

Известно, что туризм является одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире. По оценкам ВТО к 2013 г. количество международных туристских поездок составит 937 млн., а поступления от туризма возрастут до 1,1 трлн. долларов США.

Развитие туризма влияет на создание новых рабочих мест. Так, если в 1998 г. в мировой туристской индустрии было занято около 115 млн. человек, то в 2010 г. уже 310 млн. человек.

При изучении опыта правового регулирования государств, где наиболее развит туризм, хотелось бы отметить, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько эта отрасль пользуется государственной поддержкой.

Разработанные в ряде стран государственные программы стимулирования въездного туризма предусматривают льготы в налогообложении, упрощение погранично-таможенного режима, создание благоприятных условий для инвестиций в туризм, увеличение бюджетных ассигнований на развитие инфраструктуры, рекламу на зарубежных рынках, подготовку кадров.

Примером такой страны может служить Турция, дающая льготы местным и иностранным инвесторам, туроператорам. Благодаря финансовой поддержке государства и местных властей туристская отрасль Турции находится на подъеме. Так, если в 2002 г. количество туристов составило 6,7 млн. чел., то в 2009 г. этот показатель достиг 9,2 млн. человек, а доход за год составил 8 млрд. 300 млн. долл. США.

При этом любое цивилизованное государство для того, чтобы получать от туристской индустрии доходы в бюджет, должно вкладывать средства в исследование своих территорий

для оценки туристского потенциала, подготовки программ развития турбизнеса, проектов необходимой инфраструктуры курортных регионов и туристских центров, в информационное обеспечение. Частнопредпринимательский сектор никогда не сможет покрыть потребности в крупных инвестициях для развития курортных, гостиничных и иных туристских предприятий, как и основных элементов туристской инфраструктуры, и не способен выполнять отдельные функции Национальной Туристской Администрации. Во всех сильных туристских державах есть такие организации, подчиненные, как правило, министерствам, которые занимаются разработкой национальных программ развития туризма, называются они по-разному: в Великобритании - BTA (British Tourist Authority), в Ирландии - Irish Board, в Испании - Turespana, в Италии - ENIT, в Норвегии - NORTRA и т.д.

Именно они содержат представительства по туризму в других странах, разрабатывают привлекающие туристов программы и обеспечивают поток туристской информации. Специфика туризма связана с интернациональным характером и широким спектром отношений, в которые приходится вступать лицам, так или иначе участвующим в организации отдыха и путешествий. Разнообразие этих отношений порождает определенную сложность правового регулирования.

В любом государстве взаимоотношения сторон «турист - турфирма», «турист - государство», «турфирма - государство», регулируются соответствующим законодательством. В зависимости от степени цивилизованности государства и при всем большем приближении к понятию правового государства законодательство становится более детальным и полным. В оптимальном варианте должен быть охвачен каждый элемент взаимоотношений указанных сторон.

Современный период развития туризма требует формирования новых механизмов и мотиваций деятельности туристических предприятий, так как недостаточно разработаны разделы законодательства, прямо или косвенно затрагивающие интересы потребителей, туристских предприятий и государства в процессе становления частного сектора туризма. Анализ документов международных конференций по туризму показывает, что «туризм должен планироваться государственными властями, а также местной администрацией и туристскими организациями на комплексной и последовательной основе».

Сегодня невозможно обойтись без единого национального механизма, обеспечивающего координацию туристской политики на общегосударственном уровне. В связи с этим большое значение имеет Всемирная туристская организация (ЮНВТО) - специализированное учреждение Организации Объединенных Наций, являющееся ведущей международной организацией в сфере туризма и путешествий. Она служит в качестве глобального форума в области туристской политики и практического источника туристского ноу-хау.Имея штаб-квартиру в Мадриде (Испания), ЮНВТО играет центральную и решающую роль в пропаганде и развитии ответственного, устойчивого и общедоступного туризма, призванного способствовать экономическому развитию, международному взаимопониманию, миру, благосостоянию, а также взаимному уважению, безусловному соблюдению гражданских прав и основных свобод. В своих рекомендациях ВТО отмечает, что на нынешнем этапе развития туризма только государство и правительство играют в нем первостепеннейшую, если не единственную роль, а частнопредпринимательский сектор участвует в этом лишь частично. Последний никогда не сможет покрыть потребности в крупных инвестициях для развития курортных, гостиничных и иных туристских предприятий, как и основных элементов туристской инфраструктуры. Именно государство и государственные органы содержат представительства по туризму в других странах, разрабатывают привлекающие туристов программы и обеспечивают поток туристской информации.

При их помощи в ряде стран разрабатываются государственные программы стимулирования выездного туризма, которые предусматривают льготы в налогообложении, упрощение погранично-таможенного режима, создание благоприятных условий для инвестиций, увеличение бюджетных ассигнований на развитие инфраструктуры, рекламу на зарубежных рынках, подготовку кадров.

Примером такой страны может служить Греция. Ее правительство предлагает инвесторам помощь в получении кредита по выгодной процентной ставке, скидки по налогам. Так, НДС на размещение и питание в Греции составляет 8%, в то же время Правительство разработало систему скидок турфирмам, осуществляющим прием в несезонный период.

Ежегодно Министерство национальной экономики Греции объявляет общую сумму помощи инвесторам в туризм. Правительством Греции определятся приоритеты инвестирования в туризм. Прежде всего, это строительство, расширение и модернизация высококлассных отелей и туркомплексов. Причем, если объем инвестиций достигает 21 млн. долларов США, предоставляются дополнительные льготы

Интересно, что реконструирующиеся гостиницы и другие туристские объекты имеют право выбора формы государственной помощи. В зависимости от состояния предприятий это могут быть субсидии или налоговые льготы. Такая политика в области туризма дает, безусловно, положительный результат. Государственные программы развития туризма существуют во многих странах мира, которые считают туризм одной из основных отраслей развития экономики. Доходы, получаемые государством в виде налога от туристской деятельности, тоже весьма внушительны: в США сумма налогов от туризма составляет 130 млрд. долл. в год, в Японии - 70, в Германии - 57 .

Государственная политика в сфере туризма предполагает, прежде всего, создание правовой базы, позволяющей туризму нормально функционировать как равноправной отрасли в условиях рынка.

Отметим, что сегодня сложилось несколько подходов к организации модели государственного регулирования туризма. Так, в некоторых странах с развитой рыночной экономикой государственное регулирование упразднено и субъекты рынка осуществляют оперативное регулирование (например, в США в 1997 г. была упразднена государственная администрация, занимающаяся вопросами развития туристской отрасли). В странах, где присутствует государственное регулирование рынка туристских услуг, реализуются две модели: либо созданы специальные органы государственной власти, либо же регулирование осуществляется многопрофильными органами.

Рассмотрим, как же действует государство и осуществляется государственное управление туризмом на примере нескольких стран.

На Мальте вопросы регулирования туризма осуществляет Мальтийское Управление по Туризму. Так, основной целью создания Мальтийского Управления по Туризму являлось объединение различных государственных советов и учреждений, занимающихся туризмом. Управление занимается продвижением Мальты как турнаправления, даёт направляющий стимул индустрии туризма Мальты, играет регулятивную, координирующую роль. Это позволит Мальтийскому Управлению по Туризму, используя свой новый имидж, поставить продвижение Мальты как турнаправления в соответствие с высоким качеством Мальтийского туристского продукта. В новой программе маркетинга Управление будет делать акцент на те особенности Мальты, которые турист не найдет в других местах, - уникальность истории и культуры, простоту и подлинность.

Во Франции Законом о туризме определены условия, позволяющие заниматься продажей туров, установлен круг физических и юридических лиц, подпадающих под действие данного закона, названы услуги, относящиеся к туристским, сформулированы условия, при которых возможно осуществление туристской деятельности для турагентств, общественных организаций и ассоциаций, местных туристских органов, а также отдельных категорий лиц. Фактически речь идет о возможности получения разрешения (в виде лицензии, сертификата и иного официального согласия) на занятие туристской деятельностью в том виде, в каком это определено Законом.

В специальном разделе Закона фиксируются отношения между производителем и потребителем туристского продукта, перечислены основные права и обязанности продавца и покупателя, которые должны содержаться в контракте (договоре). Законом также регламентированы меры ответственности продавца турпродукта за качество входящих в него

услуг, а также случаи, исключающие такую ответственность, санкции к нарушителям и механизм контроля со стороны государственных органов за деятельностью физических и юридических лиц, подпадающих под регламентацию данного Закона.

Вопросы регулирования туризма относятся к компетенции Министерства транспорта и общественных работ, в структуре которого предусмотрены Государственный секретариат по вопросам туризма и Управление туризма. Эти органы курируют вопросы управления и регулирования отрасли, инвестирования и международных отношений в сфере туризма .

BTA занимается привлечением иностранных туристов в Великобританию и развитием внутреннего туризма, а также консультирует правительство и другие государственные учреждения по вопросам туризма. Для этого администрация проводит рекламные кампании за рубежом через сеть своих офисов и представителей, через прессу, радио и телевидение, организует международные конференции, предоставляет маркетинговые и консалтинговые услуги по вопросам международного туризма, издает разнообразные информационно-справочные материалы.

Являясь по организационно-правовой форме частнопредпринимательским институтом, BTA наряду с традиционной деятельностью на зарубежных рынках (распространение информации туристического содержания, участие в выставках) предоставляет платные консалтинговые и маркетинговые услуги, организует выставки и семинары, осуществляет различные проекты с участием иностранного капитала, издаёт и реализует путеводители, видеофильмы и другую рекламно-информационную продукцию.

Во главе BTA стоит совет директоров из пяти человек и президент. В штате организации около 300 человек, из которых примерно треть работает в Лондоне, а остальные за рубежом в 26 странах мира. Более чем на 2/3 (68%) BTA финансируется из госбюджета.

В США Первый Национальный закон США «О международном туризме» был принят в 1961 г. Им предусматривалось создание Администрации по путешествиям и туризму (АПТ) в рамках Федерального министерства торговли США. Далее в 1981 г. был принят Закон "О Национальной политике в сфере туризма", а 30 мая 1992 г. - Закон "О политике в сфере туризма и развитии экспорта", согласно которому перед АПТ были поставлены следующие основные задачи: координация государственной политики в области туризма в интересах США, исследование конъюнктуры туристского рынка, ведение статистики туризма, руководство программой развития туризма, оказание поддержки штатам, графствам, городам и сельским районам.

Помимо Национального органа, регулировавшего туризм на федеральном уровне, в США в каждом из штатов имеется соответствующая служба, ответственная за развитие туризма. Как правило, это Агентство по торговле, коммерции и туризму, перед которым поставлены задачи планомерного роста и всестороннего развития въездного и внутреннего туризма, проведение рекламно-информационных программ по их пропаганде, осуществление исследовательских акций по анализу состояния и перспективам развития туризма. Аналогичная картина в графствах и городах, где при местных органах власти имеются специальные Бюро по туризму, главной функцией которых является привлечение туристов. В Бюро входят представители городских властей, транспортных компаний, отелей, ресторанов, развлекательных и прочих учреждений. Бюджеты Бюро формируются из средств, собираемых графством или городом в виде налога, взимаемого с жильцов гостиниц за проживание (от 8 до 18%), а также за счет членских взносов и доходов от рекламы .

Администрация по путешествиям и туризму (АПТ) была призвана работать в тесном контакте с Консультативным советом по вопросам туризма, куда входят 15 представителей основных отраслей промышленности США, а также Национальным Советом по пропаганде путешествий и туризма, который ответствен за издание каждый год доклада с обязывающим названием: "Туризм работает на Америку". В этих докладах четко прослеживается мысль, что въездной и внутренний туризм являются важнейшими секторами национальной экономики. В США туристская индустрия является вторым крупнейшим «работодателем» после системы здравоохранения.

В Германии вопросами международного туризма занимается Национальный туристский комитет Министерства экономики, отвечающий за продвижение туризма в Германии и увеличение турпотока в страну. Представительства комитета функционируют в 27 странах мира.

В Австрии туристскую отрасль курирует Министерство экономики. Рекламой туристских возможностей страны ведает Австрийский национальный туристский офис, представительства которого работают в 26 странах мира.

В Швейцарии вопросами въездного туризма занимается Центральное ведомство по туризму (ЦВТ) - крупнейшее национальное рекламное агентство.

В Индонезии существует специальное ведомство по туризму, которое наделено достаточно широкими полномочиями в области защиты прав туристов. В частности, в стране действует влиятельная туристская полиция, которая осуществляет контроль и надзор за туристской и гостиничной индустрией, а также разбирает конфликтные ситуации, участниками которых становятся гости из-за рубежа.

В Израиле работает мощное Министерство туризма, бюджет которого в 2007 году достиг $150 млн. Эти деньги используются на финансирование мероприятий, связанных с информационной, презентационной, выставочной деятельностью по всему миру, на проведение конференций, организацию консалтингового обслуживания, издание буклетов и рекламных материалов.

В объединяющейся Европе еще в июне 1990 г. была принята Директива ЕС по содержанию туристских услуг и турпродукта в целом. Для защиты прав потребителей в Директиве ЕС приведены к единому содержанию тексты контрактов между турфирмой и туристом-потребителем, оговорены условия, взаимные права, обязанности и гарантии.

Бразилия - индустриально-аграрная страна с высоким уровнем развития рыночной экономики. ВНП составляет $472 млрд. ($5470 на душу населения). Импорт - $36 млрд, экспорт - $43,6 млрд. Среди наиболее развитых отраслей промышленности в Бразилии выделяются: автомобилестроение, самолетостроение, электронно-вычислительная техника [31,89с.].

В Бразилии туризм относительно молодая отрасль национальной экономики. Число иностранных туристов, посещающих Бразилию, пока еще значительно отстает от числа местных туристов. Правительство вкладывает большие деньги в развитие туризма, поэтому следует ожидать, что в скором будущем туризм станет развитой и прибыльной экономической отраслью страны.

Изучение опыта государственно-правового управления развитием туризма в некоторых странах дальнего зарубежья показывает, что в этих странах развитие индустрии туризма происходит при всесторонней поддержке государства путем создания специальной системы законодательных актов, благоприятных условий для привлечения инвестиций и последовательного развития инфраструктуры. При этом наиболее эффективными методами государственного регулирования явилось среднесрочное планирование развития сферы туризма в сочетании с формированием особых экономических зон туристско-рекреационной направленности на основе всемерной государственной поддержки и льготного налогообложения в целях стимулирования ускоренного развития и формирования туристских зон. Полагаем, что возможно использование указанных методов для развития туризма для нашей страны.

Несмотря на то, что туризм есть отрасль, осуществляемая частными организациями, присутствие государства ощущается во всех направлениях. И это есть залог качества туристской деятельности. В последние годы во многих странах наблюдается устойчивая тенденция передачи административных и законодательных функций по управлению и регулированию деятельности в сфере туризма на региональный и местный уровень.

Центральные органы власти оставляют за собой право определять генеральную линию развития туризма в стране, представлять страну в международных организациях, подписывать межгосударственные соглашения о сотрудничестве в области туризма, издавать так

называемые «рамочные законы», которые устанавливают систему общих норм по регулированию туристской деятельности и обеспечивают проведение единой национальной политики в области туризма.

Источник: https://studbooks.net/664268/turizm/mirovoy_opyt_gosudarstvennogo_regulirovaniya_turizma?ysclid=lhdltf8f3s441708307

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. какова структура управления в сфере рекреации и туризма на муниципальном уровне в вашем регионе;
2. что вам известно о зарубежном опыте местного самоуправления.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Система органов государственной власти в РФ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Индустрия туризма как отрасль национальной экономики	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. История функционирования Федерального агентства по туризму РФ
2. Роль и методы государственного регулирования в индустрии туризма и гостеприимства
3. Стратегическое планирование территории в целях развития туризма
4. Туристская политика

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Организационная структура управления туризмом в РФ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Министерство экономического развития и торговли	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Туристская стратегия и тактика на государственном и муниципальном уровнях
2. Что вы знаете о государственном управлении в области продвижения внутреннего и въездного туризма? Перечислите методы этого управления.
3. Что вы знаете о государственном управления в области организации туристской деятельности? Перечислите методы этого управления.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: кейс-задание

Примеры кейс-заданий к разделу 1:

Проведение анализа существующей региональной программы развития. Анализ органов управления туризмом в данном регионе. Исследование состояния туризма в регионе. Выявление потенциальных туристских возможностей в регионе. Определение «уставших» туристских объектов и подбор альтернатив. Формирование выводов.

Работа может проводиться в малых группах. По результатам исследования формируется отчет.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма

Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма РФ

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Первая группа – акты, относящиеся к неопределенному кругу юридических и физических лиц, но во многом определяющие работу субъектов туристской индустрии (общие акты)	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Вторая группа – акты, непосредственно регулирующие туристскую деятельность (специальные акты)	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Туристские формальности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Расскажите о туристско-рекреационных особых экономических зонах.
2. Региональные целевые программы развития в России
3. Государственное частное партнерство в программах развития туризма в РФ
4. Государственные структуры, взаимодействующие с Федеральным агентством по туризму РФ
5. Расскажите о том, что такое ответственность в государственном и муниципальном управлении в сфере туризма, перечислите ее виды.
6. Расскажите об организации публичного управления в сфере туризма в Российской Федерации.
7. Расскажите об органах государственной власти в сфере туризма общей и специальной компетенции.
8. Расскажите о субъектах публичного управления, перечислите их виды

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2.Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма

Тема 2.2. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Международные нормативные актов общего характера	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Международные нормативные специального характера	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое национальная туристская администрация?
2. Что такое региональные туристские администрации?
3. В чем заключается участие Национальной туристской администрации в деятельности международных межправительственных организаций.
4. В чем заключаются функции международных межправительственных организаций как субъектов публичного управления в сфере туризма?
5. В чем отличие публичного управления туризмом в странах Азиатско-Тихоокеанского региона и Российской Федерации

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: защита и презентация реферата

Примеры тем к разделу 2:

1. Понятие и значение правовой среды туристского предприятия
2. Роль и методы государственного регулирования в индустрии туризма и гостеприимства
3. Туристская политика
4. Туристская стратегия и тактика на государственном и муниципальном уровнях
5. Правовые акты, регулирующие сферу гостеприимства и туризма, их классификация

6.Понятие и функции национальной туристской администрации
7.Понятие и функции национального туристского офиса
8. История функционирования Федерального агентства по туризму РФ
9. Государственные структуры, взаимодействующие с Федеральным агентством по туризму РФ
10.Понятие и значение маркетинга национального туристского продукта
11. Региональные целевые программы развития в России
12. Государственное частное партнерство в программах развития туризма в РФ
13. Программа развития круизного туризма в Азово-Черноморском регионе
14. Программы развития туризма на территориях муниципальных образований
15. Стратегическое планирование территории в целях развития туризма
16. Кластерный подход к развитию туризма: мировой опыт
17. Программа развития туризма в Дальневосточном федеральном округе
18. Программы по туризму для детей с ОВЗ
19. Программа по развитию туризма в г. Москва
20. Программы развития туризма в малых городах России

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 3.1. Местное самоуправление

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Полномочия органов местного самоуправления в сфере туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Практика реализации муниципальными образованиями федеральных норм	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Расскажите о правовом положении Объединения туроператоров в сфере выездного туризма.
2. Расскажите о правовых основах публичного управления в сфере туризма в Российской Федерации.
3. Расскажите о разграничении полномочий между органами государственной власти и местного самоуправления Российской Федерации в сфере туристской индустрии.
4. Туристская стратегия и тактика на государственном и муниципальном уровнях
5. Что вы знаете о государственном управлении в области продвижения внутреннего и въездного туризма? Перечислите методы этого управления.
6. Что вы знаете о государственном управления в области организации туристской деятельности? Перечислите методы этого управления.
7. Что такое местные туристские администрации?

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2.Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 3. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 3.2. Зарубежный опыт организации местного самоуправления

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Зарубежный опыт развития экономики туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Зарубежный опыт местного самоуправления	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Мировой опыт государственного регулирования туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое национальная туристская администрация?
2. Что такое региональные туристские администрации?
3. В чем заключается участие Национальной туристской администрации в деятельности международных межправительственных организаций.
4. В чем заключаются функции международных межправительственных организаций как субъектов публичного управления в сфере туризма?
5. В чем отличие публичного управления туризмом в странах Азиатско-Тихоокеанского региона и Российской Федерации

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: кейс-задание

Примеры тем к кейс-заданию к разделу 3:

1. На основе проведенного анализа существующей региональной программы развития туризма, проводится формирование предложений (рекомендаций) по совершенствованию программы развития туризма в регионе. Результаты оформляются в виде отчета.

2. Разработка программы развития туризма в регионе/муниципальном образовании/моногороде. Результаты оформляются в виде отчета.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук	
Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами	Конкуренции. Основные принципы построения государственно-частного партнерства (ГЧП), наличие юридически оформленных соглашений между публичной и частной сторонами, распределение рисков и финансовой ответственности между сторонами, публичная, социальная направленность проекта, долгосрочность обеспечения и предоставления услуг. Формы государственно-частного партнерства в Российской Федерации: любые взаимовыгодные формы взаимодействия государства и бизнеса ;государственные контракты; арендные отношения; финансовую аренду (лизинг); государственно-частные предприятия; соглашения о разделе продукции (СРП); концессионные соглашения. Инструменты государственно-частного партнерства в Российской Федерации: Инвестиционный фонд Российской

	Федерации, концессия, национальные спортивные проекты, формирование интегрированных структур. Мировая практика сотрудничества государственной власти и частного бизнеса при реализации проектов ГЧП в спортивной индустрии по направлениям: развитие инфраструктуры спортивных организаций, развлекательная инфраструктура и спортивные сооружения, маркетинг и продвижение национальных спортивных проектов.
Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства	Модели проектов с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса, основанные на концессионных соглашениях: BOT (Build - Operate - Transfer) – «Строительство – Управление – Передача». Концессионер строит объект и эксплуатирует в течение определенного времени, после чего передает государству. BTO (Build - Transfer - Operate) –«строительство – передача – управление». Концессионер строит объект и сразу после окончания строительства передает его в собственность государству, после чего он принимает данный объект в эксплуатацию. BOO (Build - Own - Operate) «строительство – владение – управление»: концессионер осуществляет строительство объекта, после чего получает данный объект в собственность с неограниченным сроком действия. BOOT (Build - Own - Operate - Transfer) «строительство – владение – управление –передача»: концессионер строит объект и владеет им в течение определенного срока, после чего права собственности на объект переходят государству. BBO (Buy - Build - Operate) «покупка – строительство – управление»: государство продает объект, а покупатель осуществляет восстановление или расширение существующего объекта. Модели проектов с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса наиболее широко распространены: BRT (Built, Rent, Transfer) «строительство - аренда - передача»; DFBOT (Design, Finance, Built, Operate, Transfer) «проектирование - финансирование - строительство -эксплуатация - передача»; BOLT (Built, Operate, Lease, Transfer) «строительство - управление - аренда - передача»; DBO (Design, Build, Operate) «проектирование - строительство эксплуатация»).
Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма	
Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства	новации в спортивной индустрии. Особенности подготовки проектной документации. Инструменты управления инновационными проектами в спортивной индустрии. Классификация распределения рисков: ретроспективные, текущие, перспективные, политические, правовые, экономические, внешние, внутренние, чистые, динамические, производственные, общественные, коммерческие, финансовые, валютные, инвестиционные. Классификация распределения рисков между участниками проекта: риски, которые несет государство; риски, которые несет частный бизнес; совместное несение рисков. Риски

	между государством и частной стороной: риск преждевременного расторжения контракта управляется только созданием контрактной системы компенсационных выплат, которая может исключить необоснованный разрыв контракта; риски тарифного регулирования могут управляться путем включения в контракт системы расчета стоимости услуг и правил ее изменений и пересмотр. Управление рисками в проектах ГЧП заключается: в выявлении и описании рисков, присущих конкретному проекту; оценке рисков; распределении рисков между сторонами соглашения; предотвращении рисков и действиях по их минимизации; мониторинге рисков в течение всего срока реализации проекта. Подходы по снижению валютного риска: использование страховых продуктов или инструментов страхования, рост по привлечению финансирования в той валюте, где реализуется проект, использование государственных гарантий (обязательства в рамках соглашения, субординированный кредит от государства). Сбалансированное распределение рисков на основе матрицы распределения рисков между сторонами государственно-частного партнерства.
Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма	Составляющие информационной политики. Положение об Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Механизмы государственно-частного партнерства, муниципально-частного партнерства в ревитализиции исторической среды. Концепция по развитию исторических поселений, поддержке и популяризации культурных и туристских возможностей, развитию экономики культурного наследия на период до 2030 года. Источники финансирования проектов ГЧП: средства бюджетов разных уровней; средства государственных предприятий и учреждений; средства отечественного частного сектора экономики; средства общественных и некоммерческих структур; кредитные ресурсы финансово-кредитных учреждений; миссия ценных бумаг совместных предприятий; средства зарубежных государственных и частных инвесторов; средства физических лиц и другие (международные финансовые организации). Определение механизмов финансирования проектов ГЧП в зависимости от источников: кредитный (с привлечение заемных средств); смешанный (с привлечением собственных средств двух или более партнеров); гибридный (сочетание собственных и заемными средств). Виды финансирования проектов ГЧП с участием частного и государственного партнерства: долговое финансирование (банковские кредиты, облигационные займы, финансовый лизинг и ипотечное кредитование), государственный бюджет и внебюджетные фонды (гранты, субсидии), долевое финансирование через участие в капитале (стратегические инвесторы, конвертируемые инструменты, LBO и MBO, прямые

	финансовые инвесторы, венчурные инвесторы, новые выпуски акций на публичном рынке).Особенность проектного финансирования с привлечением ГЧП в спортивной индустрии: финансирование проекта за счет собственных и привлеченных средств; предоставление прямых кредитов без права регрессии или с ограниченным правом напрямую организациям спортивной индустрии; обеспечение долгосрочными инвестициями для реализации проектов ГЧП в спортивной индустрии; страхование денежных потоков проекта. Окупаемость инвестиций для участников проектов по развитию спортивной индустрии с использованием государственно-частного партнерства. Инвестиционная потребность в финансировании инфраструктуры на долгосрочную перспективу. Перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в России (развитие спортивной индустрии, управление проектами в спортивной индустрии, механизм ГЧП). Прогноз объективных потребностей при инициации и реализации проектов ГЧП на федеральном, региональном и местном уровнях. Перспективы развития и применения механизмов государственно частного партнерства в управлении проектами: формирование и подготовка эффективных проектных команд (командообразование), в задачи которых входит компетентное сопровождение проекта ГЧП на всех стадиях: от определения концепции до непосредственной реализации.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события,

конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности

воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме

дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук

Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами

Вопросы для самоподготовки:

1. Рассмотреть понятие «государственно-частное партнерство».
2. Рассмотреть основные принципы построения государственно-частного партнерства – участие бизнеса в государственной собственности и исполнение функций, отношения между государственным и частным партнером.
3. Изучить инструменты государственно-частного партнерства, применяемые в Российской Федерации.

Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства

Вопросы для самоподготовки:

1. Рассмотреть концессионные соглашения, особые экономические зоны, бюджетные инвестиции.

2. Изучить формы государственно-частного партнерства, применяемые в Российской Федерации.
3. Рассмотреть мировую практику сотрудничества государственной власти и частного бизнеса в проектном управлении.
4. Рассмотреть примеры сотрудничества государственной власти и частного бизнеса в проектном управлении по направлениям: инфраструктура индустрии туризма, инженерная инфраструктура и коммуникации.

РАЗДЕЛ 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма

Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства

Вопросы для самоподготовки:

1. 1. Инновации в спортивных проектах.
2. Классификация распределения рисков между участниками проекта государственно-частного партнерства.
3. Риски между государством и частной стороной в проектах с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса.

Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Управление рисками в проектах государственно-частного партнерства.
2. Подходы по снижению рисков проектов по развитию спортивной индустрии с использованием государственно-частного партнерства.
3. Сбалансированное распределение рисков. Матрица распределения рисков между сторонами государственно-частного партнерства.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук

Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами

Иллюстрации:



https://i2.wp.com/images.myshared.ru/10/977155/slide_2.jpg



https://images.golos.io/DQmZ3KPx42azoiAvwRZ2A4ueXKWRwbVe4ZpFiG74CJGCqd6/gchp.jpg

Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства

Иллюстрации:



https://image2.slideserve.com/3715297/slide25-l.jpg



https://sun9-3.userapi.com/impg/WafKsG9eOZcdugWq7kHxpt6f7hIP4q9wd4Gbpg/-W6EPg6c-Lc.jpg?size=1023x708&quality=95&sign=95b50fd3b72e056dcfba210a06e2e83d&c_uniq_tag=CLaL0sdXlqHhq9Rpvj40sUeLWba0lCiyTdRJcMEjA7Y&type=album

Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма

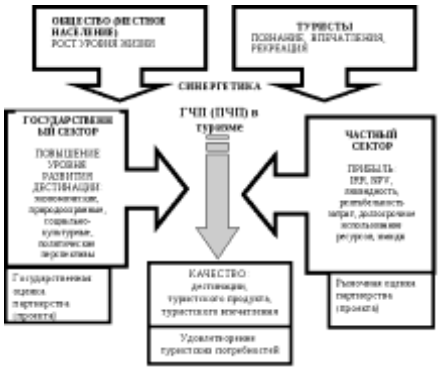
Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства

Иллюстрации:



Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма

Иллюстрации:



МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

− внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

− ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой

дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью.

Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее

написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;

- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Раздел 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук/Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- изучить и обобщить различные точки зрения по вопросам ГЧП;
- исследовать различные формы государственно-частного партнерства, применяемые как в Российской Федерации, так и в зарубежных странах;
- рассмотреть действующее российское законодательство о государственно-частном партнерстве и проанализировать направления его усовершенствования.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	ГЧП: содержание, механизм	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Инструменты ГЧП	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Мировая практика управления проектами	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами

Текст лекции.

Отношения взаимодействия, сотрудничества, партнерства между государством и частным сектором существовали всегда с момента зарождения государства. В XX веке окончательно сложилась модель смешанной экономики в которой бизнес и власть являются основными игроками. С середины начала 1980-х гг. в рамках смешанной экономики, под влиянием экономического кризиса и поиском новых путей финансирования общественного сектора начал складываться такой феномен как государственно-частное партнерство. ГЧП открыло для бизнеса такие сферы экономики и политики, которые до этого ему практически не были доступны: производственную и социальную инфраструктуру, атомную энергетику, оборону, безопасность, пенитенциарную систему. Именно в этот период на западе появился и сам термин «государственно-частное партнерство» (ГЧП) – «Public-Private Partnership» (PPP). Относительная новизна явления привела к тому, что в литературе не сложилось пока такой теоретической концепции, которая бы ответила на все вопросы причин его появления, сущности, места в экономике и т.д. Государственно-частное партнерство пока не выступает отдельным разделом экономической науки, но тесно связано с ее основными теориями. На сегодняшний современной экономической науке существует несколько концепций объясняющих феномен ГЧП Система сложившихся к настоящему времени партнерских отношений государства с частным сектором является одним из проявлений смешанной экономики. В рамках теории смешанной экономики государство посредством ГЧП отказывается от неэффективных форм ведения хозяйства, перекладывая функции управления принадлежащей ему собственностью на частный сектор. Бизнес, в свою очередь, пользуясь государственными гарантиями, привносит в производство организационный опыт, знания, ноу-хау, осуществляет инвестиции, минимизирует риски предпринимательской деятельности. ГЧП тесно связано с теорией государственного регулирования экономики. В той институциональной форме, в какой партнерства существуют сейчас, они представляют собой новую ступень государственного регулирования экономики и призваны играть важную роль в развитии современных рыночных структур и отношений. Базисной основой ГЧП является также теория общественного сектора экономики. В каждой стране существует мощный, разветвленный общественный сектор, в рамках которого функционируют государственночастные партнерства. Масштабы общественного сектора в той или иной стране со временем меняются, что определяется приоритетами проводимой 8 – экономической политики, фазой хозяйственного развития, внешнеэкономическими условиями и другими факторами. Роль государства ослабляется в одних и усиливается в других направлениях. Изучая провалы государственного сектора теория общественного сектора ищет различные пути передачи производства общественных благ частному сектору. Эта теория исходит из того, что в современных условиях государственный сектор должен сокращаться частный сектор, а функции государственного управления важнейшими объектами жизнеобеспечения, постепенно передать передавать. Государственно-частное партнерство – это такой способ взаимодействия власти и бизнесу, который передает производство общественных благ частному бизнесу, при этом оставляет оставляют за государством право собственности на эти объекты, а также права регулирования и жесткого контроля за деятельностью частных компаний. Государственно-частное партнерство в контексте теории общественного сектора призвано решать задачи экономического развития, совершенствования производственной инфраструктуры, ликвидации и смягчения провалов рынка. Государственно-частное партнерство нашло свое место и в современных концепция государственного управления. Так новый государственный менеджмент (New Public Management) квалифи цирует государство не

только как поставщика общественных благ и корректировщика провалов рынка, но и показывает, что государство стремится сделать управление социально более эффективным и экономически малозатратным, более гибким и результативным. На первый план выдвигает различные формы проектного и государственного управления. С этих позиций ГЧП как проектный подход к управлению общественных благ и провалов рынка является наиболее подходящим.

Источник: Учебное пособие Основы государственно-частного партнерства Гоосен Елена Владимировна Учебное пособие Основы государственно-частного партнерства (kemsu.ru)

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какие теоретические концепции объясняют место ГЧП в современной рыночной экономике?

2. Перечислите основные термины с помощью которых обозначают партнерство власти и бизнеса в экономической сфере?

3. Приведите базовые понятия ГЧП? С чем на Ваш взгляд существует такое количество разных определений?

4. Какой смысл лежит в выделении принципов и признаков ГЧП?

5. Назовите основные принципы ГЧП?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук/Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП;
- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их усовершенствования;
- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства;
- изучить методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Модели проектов государственно-частного партнерства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

1.2.	Виды проектов государственно-частного партнерства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства

Текст лекции.

В основных государственных документах Российской Федерации, определяющих долгосрочное развитие государства, акцентируется внимание на том, что при формировании национальной инновационной системы должна быть обеспечена консолидация усилий государственных органов управления всех уровней, организаций научно-технической сферы и предпринимательского сектора в целях реализации стратегических национальных приоритетов страны. Концепция долгосрочного социальноэкономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. определяет в качестве одного из стратегических направлений развития страны государственно-частное партнерство. В настоящее время государственно-частное партнерство выступает как ресурсный и организационно-управленческий взаимовыгодный альянс государства, бизнеса, банковских, международных финансовых организаций и других институтов в сфере реализации крупномасштабных финансовых общественно-значимых проектов на основе законодательных актов и специальных соглашений, а также баланса взаимных интересов. Эффективность такого партнерства обеспечивается не столько за счет прямого объединения финансовых ресурсов на условиях софинансирования (соинвестирования), разделения рисков и взаимной выгоды, сколько использованием уникальных возможностей каждого из участников проекта. Понятие «государственно-частное партнерство» появилось в начале 80- х годов XX века для характеристики особых отношений, возникающих между государством и частным сектором. Зачастую, подобные отношения зарождались и развивались в сфере производственной и социальной инфраструктуры. Следует отметить, что формы сотрудничества между государством и частным сектором существовали всегда. Сложные формы организации хозяйствующей деятельности и в современных условиях требуют необходимого участия государства. Вместе с тем, нормативно-правовая база, система управления, механизмы урегулирования и т.д. в условиях которых функционирует государственно-частное партнерство в течение последних 30 лет, представляют собой новую ступень развития в развитии взаимоотношений государства и бизнеса. Государственно-частное партнерство понимается, как правило, в двух смыслах. В теоретическом смысле - это взаимоотношения власти (государства) и бизнеса в договорной (контрактной) форме, которая широко используется в качестве инструмента национального, международного, регионального,

городского, муниципального экономического и социального развития и планирования. С практической точки зрения, это конкретные проекты, реализуемые различными государственными органами и бизнесом совместно или только частными компаниями на объектах государственной и муниципальной собственности. Ключевыми особенностями государственно-частного партнерства являются: а) долгосрочность обеспечения и предоставления услуг; б) передача возникающих при реализации проекта рисков от государства частному сектору; в) широкий спектр форм долгосрочных контрактов, заключаемых юридическими лицами с государственными и муниципальными органами. Государственно-частное партнерство может быть самым разнообразным по форме. В зависимости от целей создания форм государственно-частного партнерства такие формы можно распределить по категориям, а именно партнерства: 1. предназначенные для быстрого осуществления высокоприоритетных проектов государственно-частного партнерства; 2. обеспечивающие специализированное управление объектами в соответствие с долгосрочными и комплексными программами; 3. содействующие передаче новых технологий, применяемых частным сектором; 4. использующие опыт частного сектора по сосредоточиванию ресурсов и организации схем финансирования; 5. позволяющие применять и поощрять частнопредпринимательские методы хозяйствования. В зависимости от содержания решаемых конкретных задач существующие и вновь возникающие формы государственно-частного партнерства можно разделить на отдельные модели (типы). Согласно целям государственно-частного партнерства, выделяются организационные модели, модели финансирования и кооперации. Зачастую, государственно-частные партнерства используют формы, основывающиеся на лучших сторонах моделей, а также сочетают их в себе. Организационные модели не подразумевают существенного вмешательства в отношения собственности. Такое партнерство осуществляется за счет привлечения третьих лиц (организаций), переуступки отдельных функций и обязательств по контракту, использования возможностей передачи объектов во внешнее управление. К организационной модели относится наиболее распространенный в настоящее время тип государственно-частного партнерства – концессия. К модели финансирования относятся такие формы государственночастного партнерства как коммерческий наем, аренда, все виды лизинга, предварительное и интегрированное проектное финансирование. Модели кооперации представляют собой разнообразные формы объединения усилий партнеров, отвечающих за разные стадии общего процесса создания новой потребительской стоимости как общественного блага. Как правило, такая кооперация требует организации сложноорганизованных, в том числе холдинговых структур, структур по сооружению объектов и их эксплуатации, особенно в сфере производственной и социальной инфраструктуры. При исполнении проектов государственно-частного партнерства применяются различные механизмы сотрудничества государства и частного бизнеса. Они разделяются в зависимости от объема передаваемых частному партнеру правомочий собственности, инвестиционных обязательств сторон, принципов разделения рисков между партнерами, ответственности за проведение различных видов работ. Наиболее распространенными механизмами партнерств являются следующие механизмы [19]. Для целей создания нового инфраструктурного объекта: 1. Проектирование и строительство (Design-Build (DB)). Обычно двусторонний договор с фиксированной суммой вознаграждения за выполненные проектные работы и строительство. Для реализации такого проекта обычно создается специальная компания (консорциум, SPV), которая несет всю ответственность за разработку проекта и ведение всех строительных работ, включая все риски, связанные с указанными видами деятельности. Собственники при этом ответственны за финансирование,

управление и эксплуатацию объекта. Подобный тип сотрудничества минимизирует время реализации проекта, направлен на экономию средств и перераспределяет риски между государственным и частным партнером. Сокращается количество конфликтных ситуаций благодаря совмещению в одном лице (частном партнере) проектирующего и осуществляющего строительство лица. Государственный партнер является владельцем объекта договора государственно-частного партнерства и несет ответственность за обеспечение эксплуатации и техническое обслуживание объекта. Также в рамках данного вида государственно-частного партнерства выделяется такая модель как «Проектирование и строительство с гарантией». 2. Проектирование, строительство и управление (Design-BuildOperate (DBO)). Чаще всего именуется моделью оператора и является самым распространенным в мире видом государственно-частного партнерства. Чаще всего также заключается двусторонний договор, устанавливающий ответственность частного партнера не только за проектирование и строительство, но за эксплуатацию созданного объекта, государственные органы несут ответственность только за финансирование работ. Право собственности на объект остается за государством. 3. Проектирование, строительство, финансирование и управление (Design-Build-Finance-Operate (DBFO)). Данная модель государственночатсного партнерства подразумевает, что весь объем работ по проектированию, строительству, эксплуатации и финансированию проекта полностью переносится на частного партнера (концессионера), а собственником при этом остается государство. Одновременно с этим, финансирование полностью или частично осуществляется за счет долговых обязательств государственного партнера за данный проект. В данном случае источником дохода для частного партнера будет являться плата непосредственных пользователей данного объекта. Иногда с государственного партнера взимается арендная плата или так называемая скрытая оплата, когда за пользование объектом платят не реальные потребители, а государство (например, за проезд по платной магистрали). Будущие доходы часто выступают обеспечением при выпуске облигаций (часто именуются доходными облигациями) или иных долговых обязательств, из чего формируются средства для финансирования проекта. Риск, связанный с реализацией проекта государственно-частного партнерства в рамках данной модели, может быть возложен как на частного партнера, так и на государственного партнера. Иногда данный вид государственно-частного партнерства видоизменяют в модели: а) проектирование, строительство, финансирование (Design-BuildFinance (DBF)), то есть функции оператора берет на себя государственный партнер; б) строительство, передача, управление (Build-Transfer-Operate (BTO)). Данный вид контракта подразумевает, что частный партнер осуществляет строительство объекта по согласованному с государственным партнером плану, частично или полностью финансируя объект строительства, управляет объектом в течение оговоренного периода времени, а затем передает объект в управление государственному партнеру, с которым заключался контракт. в) строительство, управление, передача (Build-Operate-Transfer (BOT)). В ходе реализации данной модели после завершения строительства и установленного соглашением срока эксплуатации объект передается в собственность и управление стороне, финансирующей такой проект; г) строительство, владение и управление (Build-Own-Operate (BOO)). Существенное отличие данной модели от вышеперечисленных состоит в том, что собственником возведенного объекта всегда становится частный партнер. Для целей организации эксплуатации существующих объектов: 1. Концессия в виде эксплуатации и технического обслуживания. Данное соглашение включает в себя широкий ряд аспектов по обслуживанию и управлению объектом, а также может использоваться для стимулирования

увеличения эффективности использования объекта и его технической сложности. Частному партнеру выплачивается либо твердо установленное вознаграждение, либо вознаграждение на стимулирующей основе, то есть сумма вознаграждения зависит от уровня обслуживания объекта или качества выполнения поставленных целей. Следовательно, государственный партнер, собственник объекта, переносит ответственность на частного партнера для наиболее эффективного распределения расходов, связанных с эксплуатацией принадлежащего ему объекта в течение всего жизненного цикла, и использования современных управленческих подходов; 2. Долгосрочная аренда и (или) лизинг (Long-Term-Lease (LTL)). В рамках реализации данной модели государственно-частного партнерства предполагается заключение договора аренды (лизинга) существующих платных объектов, возведенных за счет государства, с частным партнером (концессионером). В течение установленного договором периода концессионеру предоставляется право самому взимать плату за использование объекта третьими лицами, в обмен на это частный партнер должен управлять и эксплуатировать объект, а иногда производить ремонт (усовершенствование) объекта, а также уплатить государству авансовый концессионный сбор. Концессионер выбирается государством на конкурсной основе, где главным критерием выступает величина концессионного сбора, а дополнительными критериями – длительность концессионного периода, надежность и платежеспособность частного партнера, уровень профессиональной подготовки менеджмента. Модель смешанного типа - Аренда, развитие и управление (LeaseDevelop-Operate (LDO)). При реализации данной модели государственный партнер-собственник предоставляет частному партнеру (концессионеру) право аренды для управления и дальнейшего развития (расширения, усовершенствования) существующего объекта. Частный партнер инвестирует проект для улучшения существующего объекта с расчетом на то, что данные инвестиции окупятся при положительном уровне рентабельности. Из вышеперечисленного следует, что модели государственно-частного партнерства могут быть разнообразными, но в них всегда главная роль отведена государству (органам публичной власти) в формулировке целей, которых должны достичь частные партнеры и использовании инструментов бюджета, публичной собственности, законодательных установлений и прочих публичных прерогатив по управлению частью рисков проекта, которые не могут нести частные партнеры. Таким образом, представляется возможным сделать вывод, что государственно-частное партнерство представляет важнейшее направление развития экономики государства, отвечающее современным требованиям, способствующее повышению технологического, имущественного и финансового потенциала страны, росту эффективности управления государственным имуществом в области науки и инноваций.

Источник: *Medvedev_Gosudarstvenno-chastnoe.pdf (bsu.edu.ru)*

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. В чем состоит принципиальное отличие схемы механизма ГЧП от остальных форм партнерства власти и бизнеса?
2. Чем ГЧП отличается от приватизации и госзакупок?
3. Какие Вам известны формы ГЧП? С чем связано множественность этих форм?
4. Что такое концессия? Кто является основными участниками концессионных соглашений?
5. Чем концессия отличается от аренды?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма /Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и классификации рисков в бизнесе, специфика индустрии туризма	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Инновации. Инновационный менеджмент. Инновации в туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Управление инновациями проектах государственно-частного партнерства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Управление рисками в проектах государственно-частного партнерства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства

Текст лекции.

Возможные существенные изменения запланированных инновационных проектов ГЧП, связанные с доходами и расходами, которые могут произойти с различными характеристиками проекта или риски проектов ГЧП. Разделение этих рисков считается главным условием взаимодействия между государственным органом и частным бизнесом. При этом самой большой проблемой является поиск оптимального распределения рисков. И распределяются они в зависимости от специфики проекта государственно-частного

партнёрства. Ответственность несут обе стороны, но в наибольшей степени обязательства лежат именно на той стороне, которая способна управлять рисками наилучшим способом.

Вероятность реализации проекта ГЧП в значительной степени зависит от распределения рисков между его участниками. Осуществить это справедливое распределение рисков достаточно сложно, так как частный бизнес направляет все усилия на увеличение дохода и поэтому часто недооценивает риски проекта ГЧП, а государственный же орган также стремится минимизировать свою ответственность.

Предпроектная стадия ГЧП играет важную роль, а также увеличивает потребность в поиске оптимального распределения рисков.

В современной экономической литературе существует несколько классификаций рисков ГЧП. Они классифицируются согласно этапам развития сотрудничества между государством и бизнесом [1].

Одними из самых основных рисков, которые свойственны взаимодействию между государственной и частной сторонами, являются политические риски. Под ними понимается вероятность имущественной (финансовой) потери, которая возможна, когда происходят различные изменения в политической системе, а также в условиях политической нестабильности: военное положение в стране, применение террора; законодательное изменение; различные изменения в экономике; неспособность правительства выполнить свои договорные обязательства по проектам.

Для определения уровня политических рисков ГЧП наиболее значимы, на наш взгляд, разделение

факторов делового окружения инновационных социально-экономических проектов на факторы прямого и косвенного воздействия [2].

Формирование политических рисков инновационных проектов ГЧП происходит на трех уровнях:

− уровень национальной экономики (нестабильная политическая обстановки внутри страны, довольно частые изменения законодательства;

− региональный уровень (нестабильная политическая обстановка в каком-то конкретном регионе);

− международный уровень (неблагоприятная политическая ситуация для предпринимательства на международном рынке и при взаимодействии с зарубежными партнерами) [3].

Существуют еще одни, не менее распространенные риски проектов ГЧП, имеющих социально-экономическую направленность. Это экономические риски, и они в свою очередь подразделяются на четыре группы:

− производственно-экономические риски;

− коммерческие риски;

− финансовые риски;

− валютные риски.

Производственно-экономические риски проектов ГЧП подразделяются на несколько видов [4].

В процессе реализации различной продукции, произведенной одним из субъектов ГЧП, возникает вероятность потерь, которая и подразумевает под собой коммерческий риск. Существует несколько причин, по которым возникает такой риск. А именно:

− уменьшение спроса и снижение потребности в товарах в связи с появлением на рынке конкурирующей продукции более высоко качества;

− ухудшение качества продукции в процессе обращения (транспортировки, хранения), которое влечет за собой снижение его цены;

− увеличение издержек обращения после выплаты штрафов, непредсказуемых пошлин и отчислений.

Финансовые риски тесно связаны с финансовыми возможностями, самостоятельностью и независимостью, а также со стабильностью в экономической системе субъекта и в постоянстве его финансирования.

Для проектов государственно-частного партнёрства также большое влияние оказывают валютные риски. Они показывают, что может произойти при изменении курса валют, а именно вероятность возникновения финансовой потери.

Также в процессе реализации проектов ГЧП возникают инновационные риски. Данный вид рисков определяется как вероятность потерь ресурсов и средств.

Существует несколько факторов инновационного риска:

− применение более низкобюджетных технологий производства по сравнению с конкурентами;

− использование старого, изношенного оборудования для производства новой продукции;

− применение технологий, соответствующих современным достижениям науки и техники, а также

использование оборудования для изготовления новых товаров.

Инновационные риски приводятся в действие согласно стадиям реализации инновационной деятельности.

Первой является стадия создания, включающая в себя риски, которые имеют тесную связь с возможной имитацией конкурентами объектов инновационной деятельности субъекта ГЧП, невыполнением различных обязательств контрагентами по различным договорам.

Следующей стадией является стадия освоения. На ней под рисками подразумевается ситуация, в которой невозможно реализовать результаты на технологическом уровне, моральный износ объектов инновационной деятельности, а также различные ошибки и упущения людей, оценивающих деятельность.

На стадии распространения документация расходится с требованиями патентования, а ценообразование вовсе неэффективно. Именно так и характеризуются риски на данной стадии реализации инновационной деятельности.

Жизнедеятельность субъектов государственно-частного партнёрства тесно связана с окружающей средой. Различные изменения у одной стороны взаимодействия влекут за собой большие преобразования в другой. Стороны государственно-частного партнерства пользуются необходимыми ресурсами, которые берут непосредственно из природной среды, окружающей их. Вследствие чего жизнедеятельность этих субъектов оказывает негативные последствия на природу.

Экологический риск социально ориентированных проектов ГЧП составляют негативные последствия от вторжения в окружающую среду, тесно связанные с природными катастрофами и влекущие за собой опасность для всего общества в целом, недостаточный уровень технической безопасности проекта, а также нанесение вреда здоровью человека.

На сегодняшний день государственно-частное партнёрство становится одним из основных

инструментов развития региональной и муниципальной инфраструктуры, привлечения инвестиций, улучшения качества услуг, оказываемых населению. В результате этого между

субъектами Российской Федерации возрастает конкуренция за более надежных и профессиональных инфраструктурных инвесторов. Учитывая это возникает необходимость активного развития сферы государственно-частного партнёрства на международном уровне, в том числе при взаимодействии России и Абхазии [5].

Обязательствами частного партнера являются:

− создание объекта;

− тех. обслуживание объекта;

− эксплуатация;

− оказание услуг;

− выплата концессионной платы [6].

Обязательства публичного партнера:

− предоставление земельного участка;

− обеспечение инженерной инфраструктурой за счет бюджетных средств;

− платежи публичного партнёра [7].

Выводы. Форма сотрудничества частного и публичного партнерства несет в себе достаточно серьезные риски. Прединвестиционные риски распределяются и на публичного партнёра, и на частного, соответственно поровну. Риски создания и риски эксплуатации также делятся на равные части между двумя взаимодействующими сторонами. А вот ответственность за коммерческие риски несет только одна сторона, а именно частный партнёр.

Реализация проектов ГЧП представляет собой достаточно сложный процесс. Разрешение проблем, связанных с осуществлением проектов взаимодействия между государственным органом и частным сектором, полностью зависит от максимального уменьшения всех существующих рисков. Это можно сделать, анализируя экономическую обоснованность каждого проекта. Также для того, чтобы реализовать проект ГЧП, необходима правильная структура этих проектов и согласованность в работе всех заинтересованных сторон взаимодействия.

Для того, чтобы успешно реализовать такие проекты ГЧП, обе стороны взаимодействия должны учитывать все риски.

Управлять рисками в проектах взаимодействия между государством и частным бизнесом достаточно важно, но и очень сложно. Основой эффективного механизма такого управления является обеспечение партнерами надлежащих условий для выполнения своих обязательств, а также несение за это ответственности.

Источник: *statya_klassifikaciya-riskov-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva-pri-realizacii-innovacionnyh-proektov_2019.pdf (ncfu.ru)*

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какие существуют страновые модели ГЧП?
2. В каких сферах больше всего реализуется проектов в развитых странах?
3. Какие страны относят к странам с развитым рынком ГЧП?
4. Что общего и чем отличаются модели ГЧП США и Австралии?
5. Какие проекты ГЧП получили наибольшее развитие в Великобритании?
6. В каких сферах ГЧП получило развитие в Германии?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма/ Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их усовершенствования;
- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства;
- разработать методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Финансовый аспект механизма ГЧП	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Перспективы ГЧП в индустрии туризма и гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма.

Текст лекции.

В настоящее время в экономике ряда развитых и развивающихся стран все большее распространение принимает новая форма взаимодействия государства и частного бизнеса – государственно-частное партнерство. Государственночастное партнерство представляет собой организационное и институциональное объединение государства и частного бизнеса с целью реализации общественно значимых проектов в масштабе всей страны или отдельных территорий. Значительные изменения происходят в формах и методах управления производственной и социальной инфраструктуры, находящиеся в государственной собственности: коммунальные и энергетические сети, морские и речные порты, аэропорта; туристическая деятельность, здравоохранение, образование.

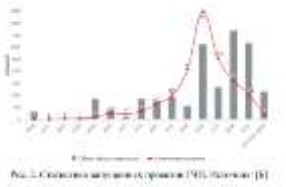
Данная тема является очень актуальной в наше время, ведь необходимость развития государственно-частного партнерства, является одной из эффективных форм концентрации ресурсов власти, бизнеса и населения для решения задач по развитию туризма.

Это относительно новая сфера взаимодействия, имеющая ряд проблемных областей, которые хотелось бы осветить подробнее. В самом широком понимании ГЧП в индустрии туризма рассматривается как любое возможное взаимодействие государства и бизнеса на условиях объединения ресурсов и достижения взаимной выгоды по широкому кругу актуальных задач в области создания инфраструктуры туризма, повышения качества и продвижения туристского продукта. Более точное определение гласит: «ГЧП – система взаимодействия государства и бизнеса на долгосрочной договорной основе, которая предусматривает не только совместное участие в создании (проектировании, финансировании, строительстве/реконструкции) общественно значимых проектов (объектов инфраструктуры), но и в его последующей эксплуатации и техническом обслуживании в интересах публичной стороны, а также распределение рисков, ответственности и вознаграждений» [4]. Проекты ГЧП в сфере туризма могут быть реализованы по следующим направлениям: − инфраструктура (улучшение качества дорог, развитие транспортной инфраструктуры и базовых услуг, создание стимула для использования различных видов транспорта, улучшение качества обеспечивающей инфраструктуры (водоснабжение, водоотведение, электроснабжение), улучшение системы здравоохранения и санитарии, повышение уровня безопасности); Publishing house "Sreda" 3 Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0) − продукт (улучшение продукции, создание новых продуктов, внедрение стандартов качества, защита потребителей, устойчивое развитие, совершенствование предложений по осмотру достопримечательностей, вклад в экономическое благосостояние местного сообщества, преумножение и сохранение ресурсов); − человеческие ресурсы (внедрение стандартов качества и обслуживания, повышение квалификации и уровня производительности труда, введение новых образовательных программ); − маркетинг и продажи (присутствие фирмы на рынке услуг, повышение эффективности маркетинговых мероприятий, объединение маркетинговых кампаний, больший охват рынка, коллективное участие в выставках, доступ на новые рынки). Реализация проектов, реализуемых на условиях ГЧП, в сфере туризма способствует развитию современной туристской инфраструктуры, повышению конкурентоспособности и продвижению российского туристского продукта посредством эффективного инвестирования бюджетных средств, стимулированию инвестиционной и предпринимательской активности хозяйствующих субъеков, распределению ролей и ответственности участников ГЧП. Следует отметить, что ГЧП в сфере туризма развивается уже достаточно давно. Объективная необходимость создания в стране современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса требовала привлечения средств из различных источников финансирования. Так, уже в первой ФЦП «Развитие туризма в Российской Федерации на 1996–2005 гг.», ведомственной целевой программе «Туристские центры России на 2008–2010 гг.», ФЦП «Юг России (2008–2013 годы)» в ходе реконструкции и модернизации существующей инфраструктуры, а также строительства новых объектов туристской инфраструктуры был предусмотрен механизм софинансирования за счет привлечения средств частных инвесторов. Формированию методологии ГЧП в сфере туризма способствовал механизм особых экономических зон туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) со- Издательский дом «Среда» 4 https://phsreda.com Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0) гласно федеральному закону от 22.07.2005 №116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации», предполагающий совместное инвестирование бюджетных и частных средств в комплексные проекты по созданию современной инфраструктуры туризма. Положительным примером применения механизмов ГЧП в развитии инфраструктуры туризма

является реализация ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». Некоторые специалисты считают день утверждения ФЦП (2 августа 2011 г.) днем официального оформления ГЧП в сфере туризма, поскольку в данной программе были определены основные подходы и принципы привлечения инвесторов к значимым инвестиционным туристским проектам. Так, использование ГЧП предполагает, что строительство и реконструкция объектов туристской инфраструктуры осуществляется за счет средств внебюджетных источников, а за счет средств бюджетов всех уровней – создание современных комплексов обеспечивающей инженерной инфраструктуры, включающей систему теплоснабжения, водоснабжения и водоотведения, очистные сооружения, объекты газоснабжения, электроснабжения и связи, а также объекты транспортной инфраструктуры. В настоящее время осуществляется создание 45 туристских кластеров в 35 субъектах Российской Федерации. За счет внебюджетных инвестиций построено и введено в эксплуатацию 327 туристских объектов (в т.ч. гостиницы, развлекательные, спортивные объекты, предприятия питания и др.). За счет бюджетных средств профинансировано строительство 213 объектов обеспечивающей инфраструктуры (в т.ч. транспортная инфраструктура, объекты водо-, газо-, электро-, теплоснабжения, водоотведения, берегоукрепления и т. д.), из них 156 объектов введены в эксплуатацию. Общий объем финансирования ФЦП за 2011–2018 гг. составил 117,3 млрд руб., в том числе из средств федерального бюджета – 24,5 млрд руб., из средств бюджетов субъектов Российской Федерации – 7,6 млрд руб., внебюджетных источников – 85,2 млрд руб. На 1 рубль бюджетных инвестиций привлечено 2,53 рубля за счет внебюджетных средств. Publishing house "Sreda" 5 Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0) По мнению исследователей, ГЧП в сфере развития рекреации, познавательного туризма и спорта на земельных участках особо охраняемых природных территорий признается как эффективный механизм удовлетворения частных, общественных и публичных интересов […], а ГЧП в сфере делового туризма рассматривается как один из инструментов, развитие которого позволяет укрепить доверие между властью и представителями бизнеса на региональном уровне [1]. Сегодня уже бесспорным является и тот факт, что культурнопознавательный туризм является важнейшим средством активизации потенциала культурно-исторических центров и обеспечения сохранности памятников исторического наследия. В этом контексте в государственной программе Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013–2020 годы» [3] предусмотрены задачи по реализации проектов на принципах государственно-частного партнерства в области проведения мероприятий по сохранению объектов культурного наследия, которые являются главными аттракторами при организации культурно-познавательных туров. Соответственно, одним из целевых индикаторов является количество реализуемых проектов государственно-частного (муниципально-частного) партнерства в сферах культуры и туризма. В настоящее время регионы РФ постепенно переходят на разработку и внедрение моделей государственно-частного партнерства в соответствии со специальным законодательством Российской Федерации о ГЧП.



Рис. 1. Модели ГЧП в сфере туризма





Источник: Action10256-97974.pdf (phsreda.com)

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. На каком этапе развития находится ГЧП в России?
2. Какие законы регулируют сферу ГЧП в России?
3. В каких сферах больше всего проектов ГЧП в России?

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук

Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами

3. Цели занятия.

- изучить и обобщить различные точки зрения по вопросам ГЧП;
- исследовать различные формы государственно-частного партнерства, применяемые как в Российской Федерации, так и в зарубежных странах;
- рассмотреть действующее российское законодательство о государственно-частном партнерстве и проанализировать направления его усовершенствования.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	ГЧП: содержание, механизм	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Инструменты ГЧП	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Мировая практика управления проектами	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое проект? Чем он отлчиается от других видов деятельности?
2. Почему проектный характер взаимодействия – это один из наиболее важных признаков ГЧП?

3. В чем состоит специфика ГЧП как проекта?
4. Кто выступает в качество сторон ГЧП проекта?
5. По каким основаниям чаще всего классифицируют ГЧП проекты?
6. В каких сферах и отраслях чаще всего реализуются ГЧП проекты?
7. Назовите выгоды и риски реализации ГЧП проекта для бизнеса?
8. С чем связаны выгоды и риски реализации проекта для государства?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук/Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП;
- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их усовершенствования;
- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства;
- изучить методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Модели проектов государственно-частного партнерства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Виды проектов государственно-частного партнерства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. На какие ответы дает модель ГЧП? В чем состоит ключевое различие между моделями ГЧП?
2. Чем концессия отличается от соглашения о разделе продукции?

3. Назовите основные модели соглашений о разделе продукции? Что лежит в основе выделения моделей?
4. Перечислите особенности лизинговых ГЧП-контрактов?
5.Что такое квази-ГЧП?
6.Назовите наиболее распространенные в России формы квази ГЧП.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: дискуссия
Перечень тем к дискуссии по темам раздела 1:
1. Понятие «государственно-частное партнерство».
2. Основные принципы построения государственно-частного партнерства.
3. Инструменты государственно-частного партнерства.
4. Формы государственно-частного партнерства в Российской Федерации.
5. Мировая практика сотрудничества Модели проектов с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса, основанные на концессионных соглашениях.
2. Понятие «концессионер» в концессионных соглашениях.
3. Наиболее распространенные модели проектов ГЧП в спортивной индустрии с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса в мировой практике.
4. Виды проектов с привлечением механизма государственно-частного партнерства в спортивной индустрию реализуемые в России.
5. Примеры проектов ГЧП в спортивной индустрии в России.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Контрольная работа.

Задание 1:

Охарактеризуйте виды проектов государственно-частного партнерства

а) Перечислите виды проектов ГЧП

б) Дайте краткую характеристику и особенность данных проектов

Задание 2:

Какие существуют инструменты государственно-частного партнерства, предусмотренные законодательством Российской Федерации?

а) особые экономические зоны; Инвестиционный фонд Российской Федерации; концессия, национальные проекты; формирование интегрированных структур.

в) государственные контракты; арендные отношения; финансовая аренда (лизинг); государственно-частные предприятия.

с) BRT «строительство - аренда - передача»; DFBOT «проектирование - финансирование - строительство - эксплуатация -передача»; «строительство - управление - аренда - передача»; DBO «проектирование - строительство эксплуатация»).

д) концессия, национальные проекты; формирование интегрированных структур, арендные отношения.

Задание 1:

Анализ документарной базы в России. Проведите анализ Программ и Проектов в части:

1. Продвижение российской спортивной индустрии на мировом уровне;

2. Стимулирование предпринимательских и общественных инициатив при помощи механизма субсидирования и гранатовой поддержки;

3. Создание, внедрение и развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры управления спортивной индустрии;

4. Финансирование программ (план/факт);

Результаты подготовить в виде презентации.

Задание 2:

Разработчики проекта строительства Ледового дворца считают, что «согласно анализу рынка, можно утверждать, что возведение ледового комплекса окажет не только благоприятный экономический и социальный эффект, но и повысит качественные и количественные показатели города в целом, учитывая мультиформатность комплекса и отсутствие полных аналогов».

1.Составьте шкалу критериев, на основании которых эксперты могли сделать такой вывод.

2. Предложите расчет цифровых индикаторов эффективности работы Ледового дворца на горизонте планирования (с момента открытия): - 3 месяца; 12 месяцев.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма /Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства

3. Цели занятия.

- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП.

4. Структура практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и классификации рисков в бизнесе, специфика индустрии туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Инновации. Инновационный менеджмент. Инновации в туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Управление инновациями проектах государственно-частного партнерства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Управление рисками в проектах государственно-частного партнерства.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Что объединяет страновые модели ГЧП БРИКС?
2. В каких сферах больше всего реализуется проектов в странах БРИКС?
3. Особенности ГЧП Китая?
4. Что общего и чем отличатся ГЧП проекты Бразилии и Индии?
5. Какие проекты ГЧП получили наибольшее развитие в ЮАР?
6. Почему в странах БРИКС больше всего реализуется крупных ГЧП проектов?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. практического (семинарского) занятия

Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма/ Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма

3. Цели занятия.

- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их усовершенствования;

- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства;
- разработать методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Финансовый аспект механизма ГЧП	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Перспективы ГЧП в индустрии туризма и гостеприимства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Поисковая оптимизация.
2. Понятие и сущность социальной сети в индустрии туризма.
3. Интеграция сайта с социальными сетями.
4. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет для туристской организации.
5. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
6. Составление прогноза бюджета мероприятий цифрового маркетинга.
7. Понятие эффективности мероприятий цифрового маркетинга.
8. Пост-клик анализ рекламной кампании.
9. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы туристской организации.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: дискуссия.
Перечень тем к дискуссии по темам раздела 2:

1. Какая форма ГЧП получила в России наибольшее распространение и почему?
2. Какова структура управления ГЧП в России?
3. Что такое ГЧП стандарт?
4. Зачем нужен рейтинг регионов по уровню развития ГЧП?

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Контрольная работа.

Задание 1:

Проведите анализ спортивной индустрии, ее потенциал. Результаты подготовить в виде презентации.

Задание 2:

В июле 2020 г. в Санкт-Петербурге состоятся соревнования Ironman 70.3 Russia, говорится на сайте городской администрации. До сих пор соревнования под эгидой Ironman в России не проводились. Триатлон Ironman считается одним из наиболее сложных однодневных соревнований в мире. Проводится Всемирной корпорацией триатлона (WTC). Каждая гонка состоит из трех этапов, проводимых без перерывов:

заплыва на 3,86 км, заезда на велосипеде по шоссе на 180,25 км и марафонского забега на 42,195 км.

Гонки серии Ironman 70.3 предусматривают соревнования на укороченных вдвое дистанциях: заплыв на 1,9 км, велосипедная гонка на 90 км и забег на 21,1 км.

В Санкт-Петербурге заплыв планируется организовать на Гребном канале на Крестовском острове. Далее велосипедный маршрут планируется проложить через соседний Елагин остров, Приморское шоссе и Кольцевую автодорогу в сторону Кронштадта и обратно, указано в сообщении администрации. Маршрут и дата обсуждаются, говорит близкий к администрации человек. Но гонка состоится после 15 июля по завершении чемпионата Европы по футболу 2020 г. В Санкт-Петербурге пройдет четыре игры – три на групповом этапе и матч 1/8 финала.

В любой доступной презентационной программе составьте план подготовки проведения мероприятия, с указанием участников проекта и зон их ответственности (полномочий).

Задание 1:

На основе поиска информации в интернете приведите основные инновационные решения и идентифицируйте риски при проведении международных спортивных проектов – объектов событийного туризма.

Результаты подготовить в виде презентации.

Задание 2:

Выявите перечень потенциальных рисков при реализации следующих инновационных решений в рамках развития рынка e-fitness в России:

- клубные приложения как новый канал коммуникации с клиентом;
- платные приложения;
- дистанционные тренировки как замена персональному тренеру;
- использование фитнес-браслетов и умных часов.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСБНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРОЕКТА

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными

вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	
Тема 1.1. Факторы и уровни конкурентоспособности	конкуренция. Виды конкуренции. Функции конкуренции. Конкурентоспособность. Факторы, влияющие на конкурентоспособность. Основные принципы построения государственно-частного партнерства (ГЧП), наличие юридически оформленных соглашений между публичной и частной сторонами, распределение рисков и финансовой ответственности между сторонами, публичная, социальная направленность проекта, долгосрочность обеспечения и предоставления услуг. Формы государственно-частного партнерства в Российской Федерации
Тема 1.2. Инструменты повышения конкурентоспособности	Инновации как инструмент повышения конкурентоспособности. Роль качества в конкурентоспособности. Развитие персонала

	Совершенствование инфраструктуры. Маркетинг. Коллаборации в бизнесе как инструмент повышения конкурентоспособности.Модели проектов с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса, основанные на концессионных соглашениях: BOT (Build - Operate - Transfer) – «Строительство – Управление – Передача».
Раздел 2. ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРОЕКТОВ	
Тема 2.1. Источники и методы сбора информации	источники информации для оценки конкурентоспособности туристских проектов. Методы сбора и обработки информации. Статистика и аналитика. новации в спортивной индустрии. Особенности подготовки проектной документации. Инструменты управления инновационными проектами в спортивной индустрии. Классификация распределения рисков: ретроспективные, текущие, перспективные, политические, правовые, экономические, внешние, внутренние, чистые, динамические, производственные, общественные, коммерческие, финансовые, валютные, инвестиционные. Классификация распределения рисков между участниками проекта: риски, которые несет государство; риски, которые несет частный бизнес; совместное несение рисков.
Тема 2.2. Методика исследования конкурентоспособности туристских проектов	Оценка конкурентоспособности туристских проектов. Экономические, маркетинговые, качественные, организационные, технические показатели конкурентоспособности туристских проектов. Эффективность проектов. Исследование конкурентов. Составляющие информационной политики. Положение об Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Концепция по развитию исторических поселений, поддержке и популяризации культурных и туристских возможностей, развитию экономики культурного наследия на период до 2030 года. Источники финансирования проектов ГЧП: средства бюджетов разных уровней; средства государственных предприятий и учреждений; средства отечественного частного сектора экономики; средства общественных и некоммерческих структур; кредитные ресурсы финансово-кредитных учреждений; миссия ценных бумаг совместных предприятий; средства зарубежных государственных и частных инвесторов; лизинг и ипотечное кредитование), государственный бюджет и внебюджетные фонды (гранты, субсидии), долевое финансирование через участие в капитале (стратегические инвесторы, конвертируемые инструменты, LBO и MBO, прямые финансовые инвесторы, венчурные инвесторы, новые выпуски акций на публичном рынке).
РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В ТУРИСТСКИХ ПРОЕКТАХ	
Тема 3.1. Виды	стратегии ценовой конкуренции. Стратегия со-

конкурентных стратегий	конкуренции. Стратегии на основе инноваций. Стратегии на основе положительного имиджа. Эффективность проектов. Исследование конкурентов. Составляющие информационной политики. Положение об Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года.
Тема 3.2. Управление конкурентными преимуществами туристских проектов	виды конкурентных преимуществ. Уникальность проекта. Высокое качество проекта. Управление рисками проекта. организационно-управленческие мероприятия для поддержания конкурентоспособности туристского проекта.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная

очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и

оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Тема 1.1. Факторы и уровни конкурентоспособности

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие и история развития конкуренции
2. Закон конкуренции и конкурентные силы в отрасли
3. Виды конкуренции.
4. Роль инновации в повышении конкурентоспособности.
5. Роль качества в конкурентоспособности.
6. Развитие персонала как фактор управления конкурентоспособностью.
7. Совершенствование инфраструктуры – залог конкурентоспособности.

Тема 1.2. Инструменты повышения конкурентоспособности

Вопросы для самоподготовки:

1. Роль качества в конкурентоспособности.
2. Развитие персонала как фактор управления конкурентоспособностью.
3. Совершенствование инфраструктуры – залог конкурентоспособности.
4. Роль маркетинга в повышении конкурентоспособности.

РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРОЕКТОВ

Тема 2.1. Источники и методы сбора информации

Вопросы для самоподготовки:

1. 1. Инновации в спортивных проектах.
2. Классификация распределения рисков между участниками проекта государственно-частного партнерства.
3. Риски между государством и частной стороной в проектах с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса.

Тема 2.2. Методика исследования конкурентоспособности туристских проектов

Вопросы для самоподготовки:

1. Управление рисками в проектах государственно-частного партнерства.
2. Подходы по снижению рисков проектов по развитию спортивной индустрии с использованием государственно-частного партнерства.

3. Сбалансированное распределение рисков. Матрица распределения рисков между сторонами государственно-частного партнерства.

РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В ТУРИСТСКИХ ПРОЕКТАХ

Тема 3.1. Виды конкурентных стратегий

1. стратегии ценовой конкуренции.
2. Стратегия со-конкуренции.
3. Стратегии на основе инноваций.
4. Стратегии на основе положительного имиджа.
5. Уникальность проекта.
6. Высокое качество проекта.

Тема 3.2. Управление конкурентными преимуществами туристских проектов

1. Управление рисками проекта.
2. организационно-управленческие мероприятия для поддержания конкурентоспособности туристского проекта.

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Тема 1.1. Факторы и уровни конкурентоспособности

Иллюстрации:



Факторы конкурентспособности

https://i2.wp.com/images.myshared.ru/10/977155/slide_2.jpg



https://images.golos.io/DQmZ3KPx42azoiAvwRZ2A4ueXKWRwbVe4ZpFiG74CJGCqd6/gchp.jpg

Тема 1.2. Инструменты повышения конкурентоспособности

Иллюстрации:



Методы повышения конкурентоспособности

https://image2.slideserve.com/3715297/slide25-l.jpg

https://sun9-3.userapi.com/impg/WafKsG9eOZcdugWq7kHxpt6f7hIP4q9wd4Gbpg/-W6EPg6c-Lc.jpg?size=1023x708&quality=95&sign=95b50fd3b72e056dcfba210a06e2e83d&c_uniq_tag=CLaL0sdXlqHhq9Rpvj40sUeLWba0lCiyTdRJcMEjA7Y&type=album

РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРОЕКТОВ

Тема 2.1. Источники и методы сбора информации

Иллюстрации:



: Методы оценки конкурентоспособнсоти

Источник https://cf.ppt-online.org/files/slide/h/HNYsLhtV2CqrozlQjIW0FZpUwG69B4ecdOT1nR/slide-4.jpg

Тема 2.2. Методика исследования конкурентоспособности туристских проектов

Иллюстрации:



Методы исследования конкурентоспособности

Источник https://cf.ppt-online.org/files/slide/h/HNYsLhtV2CqrozlQjIW0FZpUwG69B4ecdOT1nR/slide-4.jpg

РАЗДЕЛ 3. КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В ТУРИСТСКИХ ПРОЕКТАХ

Тема 3.1. Виды конкурентных стратегий

Иллюстрации:



Виды конкурентных стратегий

Источник: https://theslide.ru/img/thumbs/9d843c45c34f6ab8714a7ef88ed5be23-800x.jpg

Тема 3.2. Управление конкурентными преимуществами туристских проектов



Управление конкурентными преимуществами

https://www.bibliofond.ru/wimg/10/500654.files/image011.gif

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в

ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или

иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет,

систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. Стратегии повышения конкурентоспособности туристских проеков

2. Раздел 1. Теоретические аспекты конкуренции и конкурентоспособности /Тема 1.1. Факторы и уровни конкурентоспособности - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- изучить и обобщить различные точки зрения по вопросам ГЧП;
- исследовать различные формы государственно-частного партнерства, применяемые как в Российской Федерации, так и в зарубежных странах;
- рассмотреть действующее российское законодательство о государственно-частном партнерстве и проанализировать направления его усовершенствования.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	конкрентоспособность: содержание, механизм	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Факторы конкурентоспособности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Инструменты конкурентоспособности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Текст лекции.

Отношения взаимодействия, сотрудничества, партнерства между государством и частным сектором существовали всегда с момента зарождения государства. В XX веке окончательно сложилась модель смешанной экономики в которой бизнес и власть являются

основными игроками. С середины начала 1980-х гг. в рамках смешанной экономики, под влиянием экономического кризиса и поиском новых путей финансирования общественного сектора начал складываться такой феномен как государственно-частное партнерство. ГЧП открыло для бизнеса такие сферы экономики и политики, которые до этого ему практически не были доступны: производственную и социальную инфраструктуру, атомную энергетику, оборону, безопасность, пенитенциарную систему. Именно в этот период на западе появился и сам термин «государственно-частное партнерство» (ГЧП) – «Public-Private Partnership» (PPP). Относительная новизна явления привела к тому, что в литературе не сложилось пока такой теоретической концепции, которая бы ответила на все вопросы причин его появления, сущности, места в экономике и т.д. Государственно-частное партнерство пока не выступает отдельным разделом экономической науки, но тесно связано с ее основными теориями. На сегодняшний современной экономической науке существует несколько концепций объясняющих феномен ГЧП Система сложившихся к настоящему времени партнерских отношений государства с частным сектором является одним из проявлений смешанной экономики. В рамках теории смешанной экономики государство посредством ГЧП отказывается от неэффективных форм ведения хозяйства, перекладывая функции управления принадлежащей ему собственностью на частный сектор. Бизнес, в свою очередь, пользуясь государственными гарантиями, привносит в производство организационный опыт, знания, ноу-хау, осуществляет инвестиции, минимизирует риски предпринимательской деятельности. ГЧП тесно связано с теорией государственного регулирования экономики. В той институциональной форме, в какой партнерства существуют сейчас, они представляют собой новую ступень государственного регулирования экономики и призваны играть важную роль в развитии современных рыночных структур и отношений. Базисной основой ГЧП является также теория общественного сектора экономики. В каждой стране существует мощный, разветвленный общественный сектор, в рамках которого функционируют государственночастные партнерства. Масштабы общественного сектора в той или иной стране со временем меняются, что определяется приоритетами проводимой 8 – экономической политики, фазой хозяйственного развития, внешнеэкономическими условиями и другими факторами. Роль государства ослабляется в одних и усиливается в других направлениях. Изучая провалы государственного сектора теория общественного сектора ищет различные пути передачи производства общественных благ частному сектору. Эта теория исходит из того, что в современных условиях государственный сектор должен сокращаться частный сектор, а функции государственного управления важнейшими объектами жизнеобеспечения, постепенно передать передавать. Государственно-частное партнерство – это такой способ взаимодействия власти и бизнесу, который передает производство общественных благ частному бизнесу, при этом оставляет оставляют за государством право собственности на эти объекты, а также права регулирования и жесткого контроля за деятельностью частных компаний. Государственно-частное партнерство в контексте теории общественного сектора призвано решать задачи экономического развития, совершенствования производственной инфраструктуры, ликвидации и смягчения провалов рынка. Государственно-частное партнерство нашло свое место и в современных концепция государственного управления. Так новый государственный менеджмент (New Public Management) квалифи цирует государство не только как поставщика общественных благ и корректировщика провалов рынка, но и показывает, что государство стремится сделать управление социально более эффективным и экономически малозатратным, более гибким и результативным. На первый план выдвигает различные формы проектного и государственного управления. С этих позиций ГЧП как

проектный подход к управлению общественных благ и провалов рынка является наиболее подходящим.

Источник: Учебное пособие Основы государственно-частного партнерства Гоосен Елена Владимировна Учебное пособие Основы государственно-частного партнерства (kemsu.ru)

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какие теоретические концепции объясняют место ГЧП в современной рыночной экономике?

2. Перечислите основные термины с помощью которых обозначают партнерство власти и бизнеса в экономической сфере?

3. Приведите базовые понятия ГЧП? С чем на Ваш взгляд существует такое количество разных определений?

4. Какой смысл лежит в выделении принципов и признаков ГЧП?

5. Назовите основные принципы ГЧП?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук/Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП;
- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их усовершенствования;
- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства;
- изучить методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Модели проектов государственно-частного партнерства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Виды проектов государственно-частного партнерства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства

Текст лекции.

В основных государственных документах Российской Федерации, определяющих долгосрочное развитие государства, акцентируется внимание на том, что при формировании национальной инновационной системы должна быть обеспечена консолидация усилий государственных органов управления всех уровней, организаций научно-технической сферы и предпринимательского сектора в целях реализации стратегических национальных приоритетов страны. Концепция долгосрочного социальноэкономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. определяет в качестве одного из стратегических направлений развития страны государственно-частное партнерство. В настоящее время государственно-частное партнерство выступает как ресурсный и организационно-управленческий взаимовыгодный альянс государства, бизнеса, банковских, международных финансовых организаций и других институтов в сфере реализации крупномасштабных финансовых общественно-значимых проектов на основе законодательных актов и специальных соглашений, а также баланса взаимных интересов. Эффективность такого партнерства обеспечивается не столько за счет прямого объединения финансовых ресурсов на условиях софинансирования (соинвестирования), разделения рисков и взаимной выгоды, сколько использованием уникальных возможностей каждого из участников проекта. Понятие «государственно-частное партнерство» появилось в начале 80- х годов XX века для характеристики особых отношений, возникающих между государством и частным сектором. Зачастую, подобные отношения зарождались и развивались в сфере производственной и социальной инфраструктуры. Следует отметить, что формы сотрудничества между государством и частным сектором существовали всегда. Сложные формы организации хозяйствующей деятельности и в современных условиях требуют необходимого участия государства. Вместе с тем, нормативно-правовая база, система управления, механизмы урегулирования и т.д. в условиях которых функционирует государственно-частное партнерство в течение последних 30 лет, представляют собой новую ступень развития в развитии взаимоотношений государства и бизнеса. Государственно-частное партнерство понимается, как правило, в двух смыслах. В теоретическом смысле - это взаимоотношения власти (государства) и бизнеса в договорной (контрактной) форме, которая широко используется в качестве инструмента национального, международного, регионального, городского, муниципального экономического и социального развития и планирования. С практической точки зрения, это конкретные проекты, реализуемые различными государственными органами и бизнесом совместно или только частными компаниями на объектах государственной и муниципальной собственности. Ключевыми особенностями

государственно-частного партнерства являются: а) долгосрочность обеспечения и предоставления услуг; б) передача возникающих при реализации проекта рисков от государства частному сектору; в) широкий спектр форм долгосрочных контрактов, заключаемых юридическими лицами с государственными и муниципальными органами. Государственно-частное партнерство может быть самым разнообразным по форме. В зависимости от целей создания форм государственно-частного партнерства такие формы можно распределить по категориям, а именно партнерства: 1. предназначенные для быстрого осуществления высокоприоритетных проектов государственно-частного партнерства; 2. обеспечивающие специализированное управление объектами в соответствие с долгосрочными и комплексными программами; 3. содействующие передаче новых технологий, применяемых частным сектором; 4. использующие опыт частного сектора по сосредоточиванию ресурсов и организации схем финансирования; 5. позволяющие применять и поощрять частнопредпринимательские методы хозяйствования. В зависимости от содержания решаемых конкретных задач существующие и вновь возникающие формы государственно-частного партнерства можно разделить на отдельные модели (типы). Согласно целям государственно-частного партнерства, выделяются организационные модели, модели финансирования и кооперации. Зачастую, государственно-частные партнерства используют формы, основывающиеся на лучших сторонах моделей, а также сочетают их в себе. Организационные модели не подразумевают существенного вмешательства в отношения собственности. Такое партнерство осуществляется за счет привлечения третьих лиц (организаций), переуступки отдельных функций и обязательств по контракту, использования возможностей передачи объектов во внешнее управление. К организационной модели относится наиболее распространенный в настоящее время тип государственно-частного партнерства – концессия. К модели финансирования относятся такие формы государственночастного партнерства как коммерческий наем, аренда, все виды лизинга, предварительное и интегрированное проектное финансирование. Модели кооперации представляют собой разнообразные формы объединения усилий партнеров, отвечающих за разные стадии общего процесса создания новой потребительской стоимости как общественного блага. Как правило, такая кооперация требует организации сложноорганизованных, в том числе холдинговых структур, структур по сооружению объектов и их эксплуатации, особенно в сфере производственной и социальной инфраструктуры. При исполнении проектов государственно-частного партнерства применяются различные механизмы сотрудничества государства и частного бизнеса. Они разделяются в зависимости от объема передаваемых частному партнеру правомочий собственности, инвестиционных обязательств сторон, принципов разделения рисков между партнерами, ответственности за проведение различных видов работ. Наиболее распространенными механизмами партнерств являются следующие механизмы [19]. Для целей создания нового инфраструктурного объекта: 1. Проектирование и строительство (Design-Build (DB)). Обычно двусторонний договор с фиксированной суммой вознаграждения за выполненные проектные работы и строительство. Для реализации такого проекта обычно создается специальная компания (консорциум, SPV), которая несет всю ответственность за разработку проекта и ведение всех строительных работ, включая все риски, связанные с указанными видами деятельности. Собственники при этом ответственны за финансирование, управление и эксплуатацию объекта. Подобный тип сотрудничества минимизирует время реализации проекта, направлен на экономию средств и перераспределяет риски между государственным и частным партнером. Сокращается количество конфликтных ситуаций благодаря совмещению в одном лице (частном партнере) проектирующего и

осуществляющего строительство лица. Государственный партнер является владельцем объекта договора государственно-частного партнерства и несет ответственность за обеспечение эксплуатации и техническое обслуживание объекта. Также в рамках данного вида государственно-частного партнерства выделяется такая модель как «Проектирование и строительство с гарантией». 2. Проектирование, строительство и управление (Design-BuildOperate (DBO)). Чаще всего именуется моделью оператора и является самым распространенным в мире видом государственно-частного партнерства. Чаще всего также заключается двусторонний договор, устанавливающий ответственность частного партнера не только за проектирование и строительство, но за эксплуатацию созданного объекта, государственные органы несут ответственность только за финансирование работ. Право собственности на объект остается за государством. 3. Проектирование, строительство, финансирование и управление (Design-Build-Finance-Operate (DBFO)). Данная модель государственночатсного партнерства подразумевает, что весь объем работ по проектированию, строительству, эксплуатации и финансированию проекта полностью переносится на частного партнера (концессионера), а собственником при этом остается государство. Одновременно с этим, финансирование полностью или частично осуществляется за счет долговых обязательств государственного партнера за данный проект. В данном случае источником дохода для частного партнера будет являться плата непосредственных пользователей данного объекта. Иногда с государственного партнера взимается арендная плата или так называемая скрытая оплата, когда за пользование объектом платят не реальные потребители, а государство (например, за проезд по платной магистрали). Будущие доходы часто выступают обеспечением при выпуске облигаций (часто именуются доходными облигациями) или иных долговых обязательств, из чего формируются средства для финансирования проекта. Риск, связанный с реализацией проекта государственно-частного партнерства в рамках данной модели, может быть возложен как на частного партнера, так и на государственного партнера. Иногда данный вид государственно-частного партнерства видоизменяют в модели: а) проектирование, строительство, финансирование (Design-BuildFinance (DBF)), то есть функции оператора берет на себя государственный партнер; б) строительство, передача, управление (Build-Transfer-Operate (BTO)). Данный вид контракта подразумевает, что частный партнер осуществляет строительство объекта по согласованному с государственным партнером плану, частично или полностью финансируя объект строительства, управляет объектом в течение оговоренного периода времени, а затем передает объект в управление государственному партнеру, с которым заключался контракт. в) строительство, управление, передача (Build-Operate-Transfer (BOT)). В ходе реализации данной модели после завершения строительства и установленного соглашением срока эксплуатации объект передается в собственность и управление стороне, финансирующей такой проект; г) строительство, владение и управление (Build-Own-Operate (BOO)). Существенное отличие данной модели от вышеперечисленных состоит в том, что собственником возведенного объекта всегда становится частный партнер. Для целей организации эксплуатации существующих объектов: 1. Концессия в виде эксплуатации и технического обслуживания. Данное соглашение включает в себя широкий ряд аспектов по обслуживанию и управлению объектом, а также может использоваться для стимулирования увеличения эффективности использования объекта и его технической сложности. Частному партнеру выплачивается либо твердо установленное вознаграждение, либо вознаграждение на стимулирующей основе, то есть сумма вознаграждения зависит от уровня обслуживания объекта или качества выполнения поставленных целей. Следовательно, государственный

партнер, собственник объекта, переносит ответственность на частного партнера для наиболее эффективного распределения расходов, связанных с эксплуатацией принадлежащего ему объекта в течение всего жизненного цикла, и использования современных управленческих подходов; 2. Долгосрочная аренда и (или) лизинг (Long-Term-Lease (LTL)). В рамках реализации данной модели государственно-частного партнерства предполагается заключение договора аренды (лизинга) существующих платных объектов, возведенных за счет государства, с частным партнером (концессионером). В течение установленного договором периода концессионеру предоставляется право самому взимать плату за использование объекта третьими лицами, в обмен на это частный партнер должен управлять и эксплуатировать объект, а иногда производить ремонт (усовершенствование) объекта, а также уплатить государству авансовый концессионный сбор. Концессионер выбирается государством на конкурсной основе, где главным критерием выступает величина концессионного сбора, а дополнительными критериями – длительность концессионного периода, надежность и платежеспособность частного партнера, уровень профессиональной подготовки менеджмента. Модель смешанного типа - Аренда, развитие и управление (LeaseDevelop-Operate (LDO)). При реализации данной модели государственный партнер-собственник предоставляет частному партнеру (концессионеру) право аренды для управления и дальнейшего развития (расширения, усовершенствования) существующего объекта. Частный партнер инвестирует проект для улучшения существующего объекта с расчетом на то, что данные инвестиции окупятся при положительном уровне рентабельности. Из вышеперечисленного следует, что модели государственно-частного партнерства могут быть разнообразными, но в них всегда главная роль отведена государству (органам публичной власти) в формулировке целей, которых должны достичь частные партнеры и использовании инструментов бюджета, публичной собственности, законодательных установлений и прочих публичных прерогатив по управлению частью рисков проекта, которые не могут нести частные партнеры. Таким образом, представляется возможным сделать вывод, что государственно-частное партнерство представляет важнейшее направление развития экономики государства, отвечающее современным требованиям, способствующее повышению технологического, имущественного и финансового потенциала страны, росту эффективности управления государственным имуществом в области науки и инноваций.

Источник: *Medvedev_Gosudarstvenno-chastnoe.pdf (bsu.edu.ru)*

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. В чем состоит принципиальное отличие схемы механизма ГЧП от остальных форм партнерства власти и бизнеса?
2. Чем ГЧП отличается от приватизации и госзакупок?
3. Какие Вам известны формы ГЧП? С чем связано множественность этих форм?
4. Что такое концессия? Кто является основными участниками концессионных соглашений?
5. Чем концессия отличается от аренды?

1. Учебная дисциплина. Стратегии превышения конкурентоспособности туристских проектов

2. Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма /Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и классификации рисков в бизнесе, специфика индустрии туризма	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Инновации. Инновационный менеджмент. Инновации в туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Управление инновациями проектах государственно-частного партнерства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Управление рисками в проектах государственно-частного партнерства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства

Текст лекции.

Возможные существенные изменения запланированных инновационных проектов ГЧП, связанные с доходами и расходами, которые могут произойти с различными характеристиками проекта или риски проектов ГЧП. Разделение этих рисков считается главным условием взаимодействия между государственным органом и частным бизнесом. При этом самой большой проблемой является поиск оптимального распределения рисков. И распределяются они в зависимости от специфики проекта государственно-частного партнёрства. Ответственность несут обе стороны, но в наибольшей степени обязательства лежат именно на той стороне, которая способна управлять рисками наилучшим способом.

Вероятность реализации проекта ГЧП в значительной степени зависит от распределения рисков между его участниками. Осуществить это справедливое распределение рисков

достаточно сложно, так как частный бизнес направляет все усилия на увеличение дохода и поэтому часто недооценивает риски проекта ГЧП, а государственный же орган также стремится минимизировать свою ответственность.

Предпроектная стадия ГЧП играет важную роль, а также увеличивает потребность в поиске оптимального распределения рисков.

В современной экономической литературе существует несколько классификаций рисков ГЧП. Они классифицируются согласно этапам развития сотрудничества между государством и бизнесом [1].

Одними из самых основных рисков, которые свойственны взаимодействию между государственной и частной сторонами, являются политические риски. Под ними понимается вероятность имущественной (финансовой) потери, которая возможна, когда происходят различные изменения в политической системе, а также в условиях политической нестабильности: военное положение в стране, применение террора; законодательное изменение; различные изменения в экономике; неспособность правительства выполнить свои договорные обязательства по проектам.

Для определения уровня политических рисков ГЧП наиболее значимы, на наш взгляд, разделение

факторов делового окружения инновационных социально-экономических проектов на факторы прямого и косвенного воздействия [2].

Формирование политических рисков инновационных проектов ГЧП происходит на трех уровнях:

− уровень национальной экономики (нестабильная политическая обстановки внутри страны, довольно частые изменения законодательства;

− региональный уровень (нестабильная политическая обстановка в каком-то конкретном регионе);

− международный уровень (неблагоприятная политическая ситуация для предпринимательства на международном рынке и при взаимодействии с зарубежными партнерами) [3].

Существуют еще одни, не менее распространенные риски проектов ГЧП, имеющих социально-экономическую направленность. Это экономические риски, и они в свою очередь подразделяются на четыре группы:

− производственно-экономические риски;

− коммерческие риски;

− финансовые риски;

− валютные риски.

Производственно-экономические риски проектов ГЧП подразделяются на несколько видов [4].

В процессе реализации различной продукции, произведенной одним из субъектов ГЧП, возникает вероятность потерь, которая и подразумевает под собой коммерческий риск. Существует несколько причин, по которым возникает такой риск. А именно:

− уменьшение спроса и снижение потребности в товарах в связи с появлением на рынке конкурирующей продукции более высоко качества;

− ухудшение качества продукции в процессе обращения (транспортировки, хранения), которое влечет за собой снижение его цены;

− увеличение издержек обращения после выплаты штрафов, непредсказуемых пошлин и отчислений.

Финансовые риски тесно связаны с финансовыми возможностями, самостоятельностью и независимостью, а также со стабильностью в экономической системе субъекта и в постоянстве его финансирования.

Для проектов государственно-частного партнёрства также большое влияние оказывают валютные риски. Они показывают, что может произойти при изменении курса валют, а именно вероятность возникновения финансовой потери.

Также в процессе реализации проектов ГЧП возникают инновационные риски. Данный вид рисков определяется как вероятность потерь ресурсов и средств.

Существует несколько факторов инновационного риска:

− применение более низкобюджетных технологий производства по сравнению с конкурентами;

− использование старого, изношенного оборудования для производства новой продукции;

− применение технологий, соответствующих современным достижениям науки и техники, а также

использование оборудования для изготовления новых товаров.

Инновационные риски приводятся в действие согласно стадиям реализации инновационной деятельности.

Первой является стадия создания, включающая в себя риски, которые имеют тесную связь с возможной имитацией конкурентами объектов инновационной деятельности субъекта ГЧП, невыполнением различных обязательств контрагентами по различным договорам.

Следующей стадией является стадия освоения. На ней под рисками подразумевается ситуация, в которой невозможно реализовать результаты на технологическом уровне, моральный износ объектов инновационной деятельности, а также различные ошибки и упущения людей, оценивающих деятельность.

На стадии распространения документация расходится с требованиями патентования, а ценообразование вовсе неэффективно. Именно так и характеризуются риски на данной стадии реализации инновационной деятельности.

Жизнедеятельность субъектов государственно-частного партнёрства тесно связана с окружающей средой. Различные изменения у одной стороны взаимодействия влекут за собой большие преобразования в другой. Стороны государственно-частного партнерства пользуются необходимыми ресурсами, которые берут непосредственно из природной среды, окружающей их. Вследствие чего жизнедеятельность этих субъектов оказывает негативные последствия на природу.

Экологический риск социально ориентированных проектов ГЧП составляют негативные последствия от вторжения в окружающую среду, тесно связанные с природными катастрофами и влекущие за собой опасность для всего общества в целом, недостаточный уровень технической безопасности проекта, а также нанесение вреда здоровью человека.

На сегодняшний день государственно-частное партнёрство становится одним из основных

инструментов развития региональной и муниципальной инфраструктуры, привлечения инвестиций, улучшения качества услуг, оказываемых населению. В результате этого между субъектами Российской Федерации возрастает конкуренция за более надежных и профессиональных инфраструктурных инвесторов. Учитывая это возникает необходимость активного развития сферы государственно-частного партнёрства на международном уровне, в том числе при взаимодействии России и Абхазии [5].

Обязательствами частного партнера являются:

− создание объекта;

− тех. обслуживание объекта;

− эксплуатация;

− оказание услуг;

− выплата концессионной платы [6].

Обязательства публичного партнера:

− предоставление земельного участка;

− обеспечение инженерной инфраструктурой за счет бюджетных средств;

− платежи публичного партнёра [7].

Выводы. Форма сотрудничества частного и публичного партнерства несет в себе достаточно серьезные риски. Прединвестиционные риски распределяются и на публичного партнёра, и на частного, соответственно поровну. Риски создания и риски эксплуатации также делятся на равные части между двумя взаимодействующими сторонами. А вот ответственность за коммерческие риски несет только одна сторона, а именно частный партнёр.

Реализация проектов ГЧП представляет собой достаточно сложный процесс. Разрешение проблем, связанных с осуществлением проектов взаимодействия между государственным органом и частным сектором, полностью зависит от максимального уменьшения всех существующих рисков. Это можно сделать, анализируя экономическую обоснованность каждого проекта. Также для того, чтобы реализовать проект ГЧП, необходима правильная структура этих проектов и согласованность в работе всех заинтересованных сторон взаимодействия.

Для того, чтобы успешно реализовать такие проекты ГЧП, обе стороны взаимодействия должны учитывать все риски.

Управлять рисками в проектах взаимодействия между государством и частным бизнесом достаточно важно, но и очень сложно. Основой эффективного механизма такого управления является обеспечение партнерами надлежащих условий для выполнения своих обязательств, а также несение за это ответственности.

Источник: statya_klassifikaciya-riskov-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva-pri-realizacii-innovacionnyh-proektov_2019.pdf (ncfu.ru)

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какие существуют страновые модели ГЧП?
2. В каких сферах больше всего реализуется проектов в развитых странах?
3. Какие страны относят к странам с развитым рынком ГЧП?
4. Что общего и чем отличаются модели ГЧП США и Австралии?
5. Какие проекты ГЧП получили наибольшее развитие в Великобритании?
6. В каких сферах ГЧП получило развитие в Германии?

1. Учебная дисциплина. Стратегии повышения конкурентоспособности туристского проекта

2. Раздел 2.

3. Цели занятия.

- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их усовершенствования;
- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства;
- разработать методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Финансовый аспект механизма ГЧП	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Перспективы ГЧП в индустрии туризма и гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма.

Текст лекции.

В настоящее время в экономике ряда развитых и развивающихся стран все большее распространение принимает новая форма взаимодействия государства и частного бизнеса – государственно-частное партнерство. Государственночастное партнерство представляет собой организационное и институциональное объединение государства и частного бизнеса с целью реализации общественно значимых проектов в масштабе всей страны или отдельных территорий. Значительные изменения происходят в формах и методах управления производственной и социальной инфраструктуры, находящиеся в государственной собственности: коммунальные и энергетические сети, морские и речные порты, аэропорта; туристическая деятельность, здравоохранение, образование.

Данная тема является очень актуальной в наше время, ведь необходимость развития государственно-частного партнерства, является одной из эффективных форм концентрации ресурсов власти, бизнеса и населения для решения задач по развитию туризма.

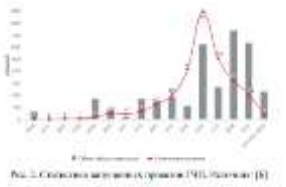
Это относительно новая сфера взаимодействия, имеющая ряд проблемных областей, которые хотелось бы осветить подробнее. В самом широком понимании ГЧП в индустрии туризма рассматривается как любое возможное взаимодействие государства и бизнеса на условиях объединения ресурсов и достижения взаимной выгоды по широкому кругу

актуальных задач в области создания инфраструктуры туризма, повышения качества и продвижения туристского продукта. Более точное определение гласит: «ГЧП – система взаимодействия государства и бизнеса на долгосрочной договорной основе, которая предусматривает не только совместное участие в создании (проектировании, финансировании, строительстве/реконструкции) общественно значимых проектов (объектов инфраструктуры), но и в его последующей эксплуатации и техническом обслуживании в интересах публичной стороны, а также распределение рисков, ответственности и вознаграждений» [4]. Проекты ГЧП в сфере туризма могут быть реализованы по следующим направлениям: − инфраструктура (улучшение качества дорог, развитие транспортной инфраструктуры и базовых услуг, создание стимула для использования различных видов транспорта, улучшение качества обеспечивающей инфраструктуры (водоснабжение, водоотведение, электроснабжение), улучшение системы здравоохранения и санитарии, повышение уровня безопасности); Publishing house "Sreda" 3 Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0) − продукт (улучшение продукции, создание новых продуктов, внедрение стандартов качества, защита потребителей, устойчивое развитие, совершенствование предложений по осмотру достопримечательностей, вклад в экономическое благосостояние местного сообщества, преумножение и сохранение ресурсов); − человеческие ресурсы (внедрение стандартов качества и обслуживания, повышение квалификации и уровня производительности труда, введение новых образовательных программ); − маркетинг и продажи (присутствие фирмы на рынке услуг, повышение эффективности маркетинговых мероприятий, объединение маркетинговых кампаний, больший охват рынка, коллективное участие в выставках, доступ на новые рынки). Реализация проектов, реализуемых на условиях ГЧП, в сфере туризма способствует развитию современной туристской инфраструктуры, повышению конкурентоспособности и продвижению российского туристского продукта посредством эффективного инвестирования бюджетных средств, стимулированию инвестиционной и предпринимательской активности хозяйствующих субъеков, распределению ролей и ответственности участников ГЧП. Следует отметить, что ГЧП в сфере туризма развивается уже достаточно давно. Объективная необходимость создания в стране современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса требовала привлечения средств из различных источников финансирования. Так, уже в первой ФЦП «Развитие туризма в Российской Федерации на 1996–2005 гг.», ведомственной целевой программе «Туристские центры России на 2008–2010 гг.», ФЦП «Юг России (2008–2013 годы)» в ходе реконструкции и модернизации существующей инфраструктуры, а также строительства новых объектов туристской инфраструктуры был предусмотрен механизм софинансирования за счет привлечения средств частных инвесторов. Формированию методологии ГЧП в сфере туризма способствовал мехаизм особых экономических зон туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) со- Издательский дом «Среда» 4 https://phsreda.com Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0) гласно федеральному закону от 22.07.2005 №116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации», предполагающий совместное инвестирование бюджетных и частных средств в комплексные проекты по созданию современной инфраструктуры туризма. Положительным примером применения механизмов ГЧП в развитии инфраструктуры туризма является реализация ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». Некоторые специалисты считают день утверждения ФЦП (2 августа 2011 г.) днем официального оформления ГЧП в сфере туризма, поскольку в данной программе были определены основные подходы и принципы привлечения инвесторов к

значимым инвестиционным туристским проектам. Так, использование ГЧП предполагает, что строительство и реконструкция объектов туристской инфраструктуры осуществляется за счет средств внебюджетных источников, а за счет средств бюджетов всех уровней – создание современных комплексов обеспечивающей инженерной инфраструктуры, включающей систему теплоснабжения, водоснабжения и водоотведения, очистные сооружения, объекты газоснабжения, электроснабжения и связи, а также объекты транспортной инфраструктуры. В настоящее время осуществляется создание 45 туристских кластеров в 35 субъектах Российской Федерации. За счет внебюджетных инвестиций построено и введено в эксплуатацию 327 туристских объектов (в т.ч. гостиницы, развлекательные, спортивные объекты, предприятия питания и др.). За счет бюджетных средств профинансировано строительство 213 объектов обеспечивающей инфраструктуры (в т.ч. транспортная инфраструктура, объекты водо-, газо-, электро-, теплоснабжения, водоотведения, берегоукрепления и т. д.), из них 156 объектов введены в эксплуатацию. Общий объем финансирования ФЦП за 2011–2018 гг. составил 117,3 млрд руб., в том числе из средств федерального бюджета – 24,5 млрд руб., из средств бюджетов субъектов Российской Федерации – 7,6 млрд руб., внебюджетных источников – 85,2 млрд руб. На 1 рубль бюджетных инвестиций привлечено 2,53 рубля за счет внебюджетных средств. Publishing house "Sreda" 5 Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0) По мнению исследователей, ГЧП в сфере развития рекреации, познавательного туризма и спорта на земельных участках особо охраняемых природных территорий признается как эффективный механизм удовлетворения частных, общественных и публичных интересов […], а ГЧП в сфере делового туризма рассматривается как один из инструментов, развитие которого позволяет укрепить доверие между властью и представителями бизнеса на региональном уровне [1]. Сегодня уже бесспорным является и тот факт, что культурнопознавательный туризм является важнейшим средством активизации потенциала культурно-исторических центров и обеспечения сохранности памятников исторического наследия. В этом контексте в государственной программе Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013–2020 годы» [3] предусмотрены задачи по реализации проектов на принципах государственно-частного партнерства в области проведения мероприятий по сохранению объектов культурного наследия, которые являются главными аттракторами при организации культурно-познавательных туров. Соответственно, одним из целевых индикаторов является количество реализуемых проектов государственно-частного (муниципально-частного) партнерства в сферах культуры и туризма. В настоящее время регионы РФ постепенно переходят на разработку и внедрение моделей государственно-частного партнерства в соответствии со специальным законодательством Российской Федерации о ГЧП.



Рис. 1. Модели ГЧП в сфере туризма





Источник: Action10256-97974.pdf (phsreda.com)

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. На каком этапе развития находится ГЧП в России?
2. Какие законы регулируют сферу ГЧП в России?
3. В каких сферах больше всего проектов ГЧП в России?

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. Стратегии повышения конкурентоспособности туристского проекта

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук

Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами

3. Цели занятия.

- изучить и обобщить различные точки зрения по вопросам ГЧП;
- исследовать различные формы государственно-частного партнерства, применяемые как в Российской Федерации, так и в зарубежных странах;
- рассмотреть действующее российское законодательство о государственно-частном партнерстве и проанализировать направления его усовершенствования.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	ГЧП: содержание, механизм	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Инструменты ГЧП	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Мировая практика управления проектами	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое проект? Чем он отлчиается от других видов деятельности?
2. Почему проектный характер взаимодействия – это один из наиболее важных признаков ГЧП?

3. В чем состоит специфика ГЧП как проекта?
4. Кто выступает в качество сторон ГЧП проекта?
5. По каким основаниям чаще всего классифицируют ГЧП проекты?
6. В каких сферах и отраслях чаще всего реализуются ГЧП проекты?
7. Назовите выгоды и риски реализации ГЧП проекта для бизнеса?
8. С чем связаны выгоды и риски реализации проекта для государства?

1. Учебная дисциплина. Стратегии повышения конкурентоспособности туристского проекта

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук/Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП;
- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их усовершенствования;
- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства;
- изучить методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Модели проектов государственно-частного партнерства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Виды проектов государственно-частного партнерства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. На какие ответы дает модель ГЧП? В чем состоит ключевое различие между моделями ГЧП?
2. Чем концессия отличается от соглашения о разделе продукции?

3. Назовите основные модели соглашений о разделе продукции? Что лежит в основе выделения моделей?
4. Перечислите особенности лизинговых ГЧП-контрактов?
5.Что такое квази-ГЧП?
6.Назовите наиболее распространенные в России формы квази ГЧП.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: дискуссия
Перечень тем к дискуссии по темам раздела 1:
1. Понятие «государственно-частное партнерство».
2. Основные принципы построения государственно-частного партнерства.
3. Инструменты государственно-частного партнерства.
4. Формы государственно-частного партнерства в Российской Федерации.
5. Мировая практика сотрудничества Модели проектов с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса, основанные на концессионных соглашениях.
2. Понятие «концессионер» в концессионных соглашениях.
3. Наиболее распространенные модели проектов ГЧП в спортивной индустрии с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса в мировой практике.
4. Виды проектов с привлечением механизма государственно-частного партнерства в спортивной индустрию реализуемые в России.
5. Примеры проектов ГЧП в спортивной индустрии в России.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Контрольная работа.

Задание 1:

Охарактеризуйте виды проектов государственно-частного партнерства

а) Перечислите виды проектов ГЧП

б) Дайте краткую характеристику и особенность данных проектов

Задание 2:

Какие существуют инструменты государственно-частного партнерства, предусмотренные законодательством Российской Федерации?

а) особые экономические зоны; Инвестиционный фонд Российской Федерации; концессия, национальные проекты; формирование интегрированных структур.

в) государственные контракты; арендные отношения; финансовая аренда (лизинг); государственно-частные предприятия.

с) BRT «строительство - аренда - передача»; DFBOT «проектирование - финансирование - строительство - эксплуатация -передача»; «строительство - управление - аренда - передача»; DBO «проектирование - строительство эксплуатация»).

д) концессия, национальные проекты; формирование интегрированных структур, арендные отношения.

Задание 1:

Анализ документарной базы в России. Проведите анализ Программ и Проектов в части:

1. Продвижение российской спортивной индустрии на мировом уровне;

2. Стимулирование предпринимательских и общественных инициатив при помощи механизма субсидирования и гранатовой поддержки;

3. Создание, внедрение и развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры управления спортивной индустрии;

4. Финансирование программ (план/факт);

Результаты подготовить в виде презентации.

Задание 2:

Разработчики проекта строительства Ледового дворца считают, что «согласно анализу рынка, можно утверждать, что возведение ледового комплекса окажет не только благоприятный экономический и социальный эффект, но и повысит качественные и количественные показатели города в целом, учитывая мультиформатность комплекса и отсутствие полных аналогов».

1.Составьте шкалу критериев, на основании которых эксперты могли сделать такой вывод.

2. Предложите расчет цифровых индикаторов эффективности работы Ледового дворца на горизонте планирования (с момента открытия): - 3 месяца; 12 месяцев.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. Стратегии повышения конкурентоспособности туристского проекта

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма /Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства

3. Цели занятия.

- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных

проектов ГЧП.

4. Структура практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и классификации рисков в бизнесе, специфика индустрии туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Инновации. Инновационный менеджмент. Инновации в туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Управление инновациями проектах государственно-частного партнерства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Управление рисками в проектах государственно-частного партнерства.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Что объединяет страновые модели ГЧП БРИКС?
2. В каких сферах больше всего реализуется проектов в странах БРИКС?
3. Особенности ГЧП Китая?
4. Что общего и чем отличатся ГЧП проекты Бразилии и Индии?
5. Какие проекты ГЧП получили наибольшее развитие в ЮАР?
6. Почему в странах БРИКС больше всего реализуется крупных ГЧП проектов?

1. Учебная дисциплина. Стратегии повышения конкурентоспособности туристского проекта

2. практического (семинарского) занятия

Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма/ Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма

3. Цели занятия.

- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их усовершенствования;
- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства;
- разработать методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Финансовый аспект механизма	Групповая, научная дискуссия, диспут

	ГЧП	Дискуссия
2	Перспективы ГЧП в индустрии туризма и гостеприимства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Поисковая оптимизация.
2. Понятие и сущность социальной сети в индустрии туризма.
3. Интеграция сайта с социальными сетями.
4. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет для туристской организации.
5. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
6. Составление прогноза бюджета мероприятий цифрового маркетинга.
7. Понятие эффективности мероприятий цифрового маркетинга.
8. Пост-клик анализ рекламной кампании.
9. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы туристской организации.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: дискуссия.
Перечень тем к дискуссии по темам раздела 2:

1. Какая форма ГЧП получила в России наибольшее распространение и почему?
2. Какова структура управления ГЧП в России?
3. Что такое ГЧП стандарт?
4. Зачем нужен рейтинг регионов по уровню развития ГЧП?

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли пропонентов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает

в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Контрольная работа.

Задание 1:

Проведите анализ спортивной индустрии, ее потенциал. Результаты подготовить в виде презентации.

Задание 2:

В июле 2020 г. в Санкт-Петербурге состоятся соревнования Ironman 70.3 Russia, говорится на сайте городской администрации. До сих пор соревнования под эгидой Ironman в России не проводились. Триатлон Ironman считается одним из наиболее сложных однодневных соревнований в мире. Проводится Всемирной корпорацией триатлона (WTC). Каждая гонка состоит из трех этапов, проводимых без перерывов:

заплыва на 3,86 км, заезда на велосипеде по шоссе на 180,25 км и марафонского забега на 42,195 км.

Гонки серии Ironman 70.3 предусматривают соревнования на укороченных вдвое дистанциях: заплыв на 1,9 км, велосипедная гонка на 90 км и забег на 21,1 км.

В Санкт-Петербурге заплыв планируется организовать на Гребном канале на Крестовском острове. Далее велосипедный маршрут планируется проложить через соседний Елагин остров, Приморское шоссе и Кольцевую автодорогу в сторону Кронштадта и обратно, указано в сообщении администрации. Маршрут и дата обсуждаются, говорит близкий к администрации человек. Но гонка состоится после 15 июля по завершении чемпионата Европы по футболу 2020 г. В Санкт-Петербурге пройдет четыре игры – три на групповом этапе и матч 1/8 финала.

В любой доступной презентационной программе составьте план подготовки проведения мероприятия, с указанием участников проекта и зон их ответственности (полномочий).

Задание 1:

На основе поиска информации в интернете приведите основные инновационные решения и идентифицируйте риски при проведении международных спортивных проектов – объектов событийного туризма.

Результаты подготовить в виде презентации.

Задание 2:

Выявите перечень потенциальных рисков при реализации следующих инновационных решений в рамках развития рынка e-fitness в России:

- клубные приложения как новый канал коммуникации с клиентом;
- платные приложения;
- дистанционные тренировки как замена персональному тренеру;
- использование фитнес-браслетов и умных часов.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА	
Тема 1.1. Специфика регионального туризма	Основные виды внутреннего туризма: лечебно-оздоровительный, экологический, познавательный; основные разновидности: сафари, деревенский, ностальгический, юношеский, инклюзивный туризм, шопинг и интенсив туры. Процесс производства национального туристического продукта. Абсолютные и относительные преимущества России в производстве турпродукта. Современная интерпретация теории жизненного цикла турпродукта.
Тема 1.2. Система управления региональным туризмом	Система управления туризмом в РФ. Министерство экономического развития РФ. Региональные органы управления туризмом. Их роль, функции. Туристский имидж РФ. Инновационные направления развития внутреннего туризма - горнолыжный; экологический; экстремальный; речные круизы и др. туры. Динамика

	туризма и путешествий в России. Основные направления путешествий. Особо охраняемые природные территории. Рекреационное районирование России. Туристские центры и местности России.
Раздел 2. **ПРОГРАММНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА**	
Тема 2.1. Региональная нормативно-правовая база туризма	Специфика и состав туристической индустрии. Понятие туристической индустрии, ее роль и место в мировой экономике. Структура туристической индустрии. История туризма. Социально-психологические факторы в туризме. Социально-психологические аспекты развития туризма. Понятие туристической мотивации; типология туристов. Экономика и организация международного туризма. Основные экономические законы и категории в туризме. Анализ макроэкономического фактора туристической деятельности. Раскрытие основных финансово-экономических показателей деятельности турфирмы и особенности организации турпоездки. Туризм и региональная экономика. Страхование в международном туризме. Правовое обеспечение туристической деятельности. Правовое регулирование туристической деятельности. Основные правила и формальности международных путешествий. Организация средств размещения. Транспортное обеспечение международного туризма.
Тема 2.2. Региональные программы развития туризма	Туристические ресурсы зарубежной Европы. Скандинавские страны. Средиземноморский европейский курортный очаг. Страны Западной Европы. Альпийские страны Европы. Страны Центральной и Восточной Европы. Туристические ресурсы Америки. Северная и Центральная Америка. Островные государства и территории Карибского бассейна. Южная Америка. Туристические ресурсы Африки. Северная Африка. Юго-Восточная и Южная Африка. Западная Африка. Туристические ресурсы Азии и стран Азиатско Тихоокеанского региона (АТР). Рекреационный потенциал и современное развитие туризма в Азии. Рекреационный потенциал и современное развитие туризма в Австралии и Океании.
РАЗДЕЛ 3. СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ	
Тема 3.1 Выбор стратегии развития регионального туризма	Анализ потенциала региона для развития туризма. Выявление тенденций в развитии регионального туризма, анализ спроса. Анализ рисков. Оценка перспектив. Формирование стратегии развития регионального туризма. Определение целевых показателей, анализ сценария развития регионального туризма отдельных регионов РФ.
Тема 3.2. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность	*понятие конкурентоспособности в туризме, показатели конкурентоспособности, направления повышения,* состояние **туристской** инфраструктуры, качество обслуживания, уровень сервиса, узнаваемость и привлекательность туристского бренда региона,

регионального туризма	безопасность, государственная поддержка региональных органов управления. Инвестиционная привлекательность регионов для туризма.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат

лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей

стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Тема 1.1. Специфика регионального туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Характеристика России как туристского региона.
2. Факторы, оказывающие влияние на развитие туризма в России.
3. Отличительные черты туризма в России.
4. Анализ динамики развития туризма в России.

Тема 1.2. Система управления региональным туризмом

Вопросы для самоподготовки:

Условия развития регионального туризма
Факторы развития регионального туризма
Устойчивое развитие регионального туризма
Ресурсы для развития регионального туризма

Раздел 2. ПРОГРАММНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Тема 2.1. Региональная нормативно-правовая база туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. География видов туризма в РФ
2. Внутренний туризм
3. Въездной туризм
4. Социальный туризм
5. Самодеятельный туризм

Тема 2.2. Региональные программы развития туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие региональной программы развития, цели, задачи программ, структура программ.
2. Подпрограммы, отчётность о выполнении программ.
3. Программы развития туризма как фактор реализации туристского потенциала регионов.
4. Исполнители и финансовое обеспечение программ развития туризма

РАЗДЕЛ 3. СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ

Тема 3.1 Выбор стратегии развития регионального туризма

1. Туризм в регионах: опыт и перспективные направления
2. Историко-культурный потенциал и возможности его использования в региональном туризме
3. Природно-ресурсный потенциал и возможности его использования в региональном туризме
4. Условия развития регионального туризма
5. Стратегия развития туризма в регионах РФ
6. Количественные показатели развития туристских территорий
7. Роль туристкой инфраструктуры в развитии регионального туризма

Тема 3.2. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность регионального туризма

8. Стратегические виды туризма в РФ
9. Стратегия развития туризма Европейского Севера РФ
10. Стратегия развития туризма Центральных регионов РФ
11. Стратегия развития туризма Юга РФ
12. Стратегия развития туризма Уральского региона РФ
13. Стратегия развития туризма Сибири
14. Стратегия развития туризма Дальнего Востока
15. Перспективы развития туризма новых регионов РФ

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

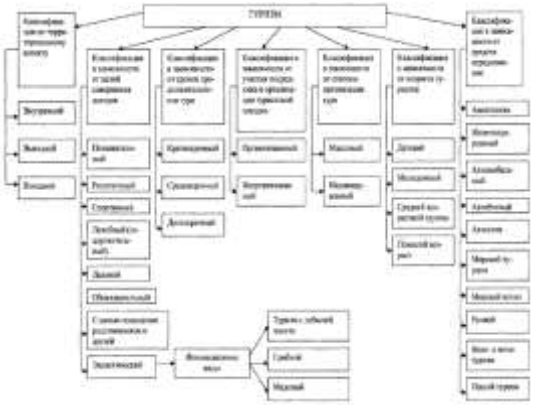
Раздел 1. Индустрия внутреннего туризма и особенности ее формирования

Тема 1.1. Виды и разновидности внутреннего туризма. Инклюзивный туризм. Особенности развития внутреннего туризма

Иллюстрации:



Источник: https://theslide.ru/img/tmb/3/275245/b6b599929d11860ea9a872b16ce3eb08-800x.jpg



Источник: https://only-game.ru/wp-content/uploads/d/4/5/d4582ca89ca59406d97868ef993ed2fb.jpeg

Тема 1.2. Система управления региональным туризмом

Иллюстрации:





Источник:
https://static.mk.ru/upload/entities/2021/10/01/16/articles/facebookPicture/c8/3e/84/30/0915e8e6cdcd0b67faa6f83b300340d5.jpg

Раздел 2. ПРОГРАММНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Тема 2.1. **Региональная нормативно-правовая база туризма**



Уровни нормативно-правовых актов, регулирующих сферу туризма в РФ

Источник:https://bon-aventura.ru/800/600/https/ic.pics.livejournal.com/cand_orel/85803014/2980230/2980230_original.jpg

Тема 2.2. Региональные программы развития туризма

Иллюстрации:



Источник: https://i.pinimg.com/originals/d9/6e/c9/d96ec992524376dcac571533ca912938.jpg

РАЗДЕЛ 3. СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ

Тема 3.1 Выбор стратегии развития регионального туризма



Стратегии развития туризма в РФ

Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/images/shepelev3.jpg



Органы государственной власти и местного самоуправления в сфере туризма

Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/images/shepelev3.jpg

Тема 3.2. Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность регионального туризма



Конкурентная среда туристского рынка
Источник: https://ozlib.com/htm/img/19/20187/15.pn

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в

тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с

выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;

8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе,

конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. Стратегическое управление региональным туризмом

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Тема 1.1. Специфика регионального туризма

3. Цели занятия.

- – изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- – приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- – получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основные виды внутреннего туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Процесс производства национального туристического продукта	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Текст лекции.

Наиболее распространенной классификацией туризма является его деление на типы, категории, виды и формы.

Тип туризма определяется национальной принадлежностью туристов. В соответствии с рекомендациями ВТО в отношении отдельной страны выделяются следующие типы туризма:

внутренний туризм - путешествия граждан в пределах государственных границ собственной страны;

въездной туризм - путешествия нерезидентов в пределах государственных границ какой-либо страны;

выездной туризм - путешествия резидентов одной страны в какую-либо иную страну.

Указанные типы туризма по-разному сочетаются между собой, образуя следующие категории туризма:

туризм в пределах страны, включает внутренний и въездной туризм;

национальный туризм, включает внутренний и выездной туризм;

международный туризм, включает въездной и выездной туризм.

Указанные категории могут использоваться применительно к отдельной стране, к региону в данной стране либо к региону, включающему несколько стран.

Функциональная классификация видов туризма определяется целью поездок. В соответствии с данными признаками различают следующие основные виды туризма:

рекреационный;

лечебно-оздоровительный;

познавательный;

деловой;

спортивный;

этнический;

религиозный;

транзитный;

образовательный.

Наиболее распространенными являются рекреационный и познавательный туризм.

Рекреационный туризм отличается большим разнообразием и может включать зрелищно-развлекательные программы, охоту, рыбалку, музыкальное и художественное творчество, посещения спортивных мероприятий в качестве зрителя и т. д.

Лечебно-оздоровительный туризм обусловлен потребностью в лечении различного рода заболеваний и оздоровлении организма после перенесенных заболеваний. Здесь можно говорить о турах с исключительно лечебной целью, для лечения каких-либо тяжелых заболеваний, реабилитации после травм, аварий, операций и турах лечебно-оздоровительных, с целью поддержания молодости, красоты и здоровья, снятия стресса и усталости.

Познавательный туризм (экскурсионный) включает в себя поездки с целью ознакомления с природными и историко-культурными достопримечательностями, музеями, театрами, традициями народов в посещаемой стране. Поездка может включать в себя и познавательные и рекреационные цели одновременно.

Деловой туризм охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания. К этому виду туризма ВТО относит поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных совещаниях и семинарах, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и заключения контрактов, монтажа и наладки оборудования. Деловой туризм включает: бизнес-поездки, конгрессо-выставочный туризм и инсентив-туризм (insentive - стимул, побуждение). Инсентив-туризм представляет собой поездки, предоставленные руководством фирмы своим сотрудникам бесплатно в качестве поощрения за хорошую работу. Инсентив-туры, как правило, предусматривают хорошее качественное

обслуживание по системе «все включено». Общая доля делового туризма составляет от 10 до 20% в международном туристском объеме.

Спортивный туризм предполагает выезд для проведения спортивных мероприятий в тех или иных странах и регионах. Его, в свою очередь, можно подразделить на профессиональный и любительский туризм. Как «специальные виды туризма» нас интересует любительский туризм, который можно подразделить на зимний и летний, а также водные, воздушные, пустынные и горные виды спорта.

Этнический туризм преследует цель посещения места рождения или происхождения семьи, а также посещения места жительства родственников и/или близких. Этот вид туризма носит название ностальгического. Особое приоритетное значение этот вид туризма имеет для стран, где проживают большие диаспоры первоначально родом из других стран. У туристов из Германии, например, пользуются популярностью поездки в Поволжье, а у туристов из Финляндии на Карельскую землю, Ладожское озеро. Финны, около 500 тыс. человек, вынужденно покинули эти места в период военных действий 1939-1945 гг. Распространен этнический туризм и у китайцев, диаспора которых насчитывает более 60 млн. человек.

Религиозный туризм основывается на религиозных потребностях людей различных конфессий. Религиозный туризм можно назвать древнейшим, его корни уходят в незапамятные времена. Он имеет две основные разновидности: паломнический туризм (отдельно следует выделить духовно-паломническое направление) и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности. Религиозный туризм в отдельных конфессиях имеет свои особенности.

Транзитный туризм в соответствии с рекомендациями ВТО включает две разновидности:

перемещения авиапассажиров, которые не въезжают в страну, а лишь делают пересадку на стыковочный рейс;

перемещения туристов, которые едут к месту конечного назначения с небольшой остановкой для стыковки рейсов в третьих странах.

Образовательный туризм предполагает туры продолжительностью от 15 дней до 3 месяцев с целью повышения квалификации либо углубления знаний по тем или иным дисциплинам. Наиболее популярными в настоящее время являются образовательные туры с целью изучения иностранных языков или углубления знаний иностранного языка.

В зависимости от способа организации выделяют организованный и неорганизованный туризм.

Организованный туризм предполагает заранее разработанную и организованную туристической фирмой программу путешествия для туриста/туристов, согласно их пожеланиям и бюджету. Туристическая фирма заранее бронирует и оплачивает все туристские услуги по всему маршруту, оформляет все необходимые выездные документы.

Неорганизованный туризм предполагает, что туристы сами, без участия и/или посредничества туристической фирмы, организовывают свое путешествие. Самостоятельно разрабатывают маршрут поездки, определяют объекты экскурсионного посещения, планируют места ночлегов, оформляют выездные документы и т.д. Неорганизованный туризм в мире очень популярен. Прежде всего в странах, гражданство которых позволяет путешествовать в другие страны без оформления въездной визы (например, граждане стран Шенгенского соглашения могут передвигаться по всей Европе совершенно свободно, гражданам США также не нужна въездная виза в страны Шенгенского соглашения). Относительно небольшие расстояния, хорошая транспортная сеть, возможность свободного пересечения границ соседних государств, наличие многих экскурсионных объектов и другие немаловажные факторы повлияли на то, что доля неорганизованного туризма в Европе составляет 80%.

По продолжительности путешествий выделяют следующие виды туризма:

краткосрочный (туры «выходного дня», поездки на срок до 7 дней);

среднесрочный (туры продолжительностью от 9 до 12 дней);

долгосрочный (туры на срок от 15 дней до 30 дней).

По использованию транспортных средств, задействованных в ходе путешествия, можно выделить следующие виды туризма:

Железнодорожный.

Авиационный.

Теплоходный/водный (морской и речной).

Автомобильный.

Автобусный.

Велосипедный.

С использованием иных средств передвижения.

По интенсивности посещения туризм можно подразделить на постоянный и сезонный. Под постоянным туризмом надо понимать относительно равномерные посещения туристских регионов и объектов в течение всего календарного года. Под сезонным туризмом понимают такие посещения туристских регионов, частота которых зависит от климатических условий региона и субъективных характеристик туристского объекта. К сезонным видам можно отнести рекреационный туризм, конгрессно-выставочный туризм. На сезонность туризма также оказывает влияние вид туризма. Различают высокий, средний и низкий сезоны. Высокий сезон характеризуется условиями наиболее полноценного использования туристами туристских ресурсов. На сезонность того или иного вида туризма оказывают существенное влияние природно-климатические факторы, общенациональные и религиозные праздники, каникулы, массовые мероприятия.

В зависимости от возрастной категории туристов можно выделить следующие виды туризма:

Детский.

Молодежный.

Лиц среднего возраста.

Лиц третьего возраста.

Всемирная туристская организация предложила следующую градацию туристов по возрастному признаку: дети, путешествующие с родителями (до 15 лет), молодежь (15-24 года), экономически активные молодые туристы (25-44 года), экономически активные туристы среднего возраста (45-64 года), туристы третьего возраста (от 65 лет). В практике работы предприятий туристской индустрии для целей статистики выделяют следующие возрастные категории:

0-2 года - инфант (грудной ребенок);

3-12 лет - ребенок;

14-18 лет - школьник;

18-25 лет - молодежь (студенты);

26-45 лет - взрослые 46-65 лет - взрослые;

65 лет и старше - пенсионеры (третий возраст).

Для планирования туризма возраст важен с точки зрения мотивации путешествия и финансового обеспечения туристской поездки.

По источникам финансирования туризм можно подразделить на типы: коммерческий и социальный.

Коммерческий туризм ориентирован на получение туристскими предприятиями прибыли, является основным источником для развития производства услуг. Стремясь максимизировать прибыль, туристские фирмы постоянно ищут наиболее оптимальное сочетание между величиной издержек и конечной ценой турпродукта. Предоставляемые ими

туристские услуги ориентированы в основном на клиентов со средним и высоким уровнем дохода.

Социальный туризм субсидируется из средств, выделяемых на социальные нужды в целях создания условий для туризма определенных категорий граждан. Субсидии выделяются как из государственных, так и из негосударственных фондов, а также от благотворительных организаций. В Манильской декларации указывается, что «социальный туризм - это цель, к которой общество должно стремиться в интересах менее обеспеченных граждан». Концепция социального туризма базируется на 3 основных принципах:

Обеспечение отдыхом каждого члена общества путем вовлечения в среду туризма людей с низким уровнем дохода.

Субсидирование туристских поездок малоимущих граждан.

Участие государственных, муниципальных и общественных структур в развитии туризма.

Данная концепция реализована на практике в Швейцарии, Германии и Франции с использованием отпускных чеков. В России данный вид туризма реализуется через фонды социального страхования и является, прежде всего, лечебно-оздоровительным туризмом.

Источник: https://tourlib.net/books_tourism/djachenko1-1.htm?ysclid=lh296uv6o1282699206

Инклюзивный туризм.

Актуальность. Туризм - временные выезды (путешествие) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства, с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без оплачиваемой деятельности в стране (месте) временного пребывания. А как же называется туризм для лиц с ОВЗ? Существует множество определений, но кто называет такой вид туризма как «Социальный» или «Туризм для всех», так же встречается такое определение «Инватуризм», другие называют такой туризм «Инклюзивный туризм». «Инклюзивный туризм» не надо путать с термином «all inclusive» - «Всё включено» здесь следует обратить внимание, что не Всё включено, а ВСЕ ИМЕЮТ ПРАВО НА ТУРИЗМ, то есть и туристы-инвалиды [1].

Инклюзивный туризм развивается, что подтверждает количество выставок, форумов, конференций, посвященных доступному (безбарьерному) туризму, и число фирм, занимающихся реализацией инклюзивного турпродукта. Наиболее опытные и профессиональные: «Либерти» (г. Санкт-Петербург), «Паралис - Инватур» (г. Москва), «Агентство WELL» (г. Москва). ООО «ЛИБЕРТИ», Санкт-Петербург, существует с 2004 года как результат сотрудничества Санкт-Петербургской региональной общественной организации инвалидов «Мы - вместе» и частных лиц - авторов и разработчиков проекта. Соучредительницы компании - Наталья Гаспарян и Мария Бондарь, пережившие в детстве травму позвоночника, искали нишу для собственного бизнеса и остановились на совершенно новаторском в тот момент варианте специализированной турфирмы для инвалидов. Специализированный экскурсионный тур строится на основе тех же составляющих, что и тур для обычных туристов (организация проживания, питания, экскурсионного транспорта, разработка программы с учетом бытовых остановок, подготовка гидов), но с условием адаптированности всех составляющих к нуждам людей с ограниченными физическими возможностями:

- в гостиницах организуется проживание в специализированных номерах, более просторных, чем стандартные номера, и имеющих как минимум более широкие дверные проемы, все необходимые поручни и «душ в пол» в санузле;
- экскурсионный транспорт снабжен лифтом или пандусом;
- все музейные и культурные объекты по программе доступны (должны иметь адекватные пандусы, подъемные устройства, лифты) и имеют специализированный туалет;
- пункты общественного питания доступны и имеют специализированный туалет;
- по маршруту предусмотрены бытовые остановки (доступные общественные туалеты);

- гиды подготовлены, владеют актуальной информацией о доступности объектов, могут сориентироваться в случае спонтанных желаний туристов (неожиданно понадобился туалет, туристы проголодались, нужно заменить музейный объект и т.д.) [2].

Особого внимания при совершении инклюзивных туров требуют люди с психологическими проблемами, так как данной категории свойственны различные эмоциональные реакции, которые порой сложно предугадать. Однако не следует делать преждевременных выводов и опасаться таких людей: многие из них не проявляют эмоциональных всплесков до возникновения чрезвычайных ситуаций. Если человек расстроен, следует постараться его успокоить и ни в коем случае не кричать [10].

Для составления программ инклюзивного туризма детей с ОВЗ относят к трем социальным группам: социально и физически адаптированным; преимущественно социально не адаптированным; преимущественно физически не адаптированным. Следует отметить, что для детей с ОВЗ, имеющих общие клинико-психологические особенности, различный возраст, присутствует фактор осознания ими своей неполноценности. Для детей с ОВЗ характерен пониженный жизненный тонус, тенденция самоограничения социальных контактов, проявление отчужденности и замкнутости, которое получило название «псевдоаутизации» личности. Основными факторами, влияющими на ограничение жизнедеятельности детей с ОВЗ, являются нарушения функции передвижения, ухода за собой, общения с окружающим миром и снижению способности к обучению. Для многих детей с ОВЗ характерно ощущение враждебности окружающего мира. При этом в большинстве случав семья не способствует коррекции психологического состояния ребенка с ОВЗ [4].

Что касается потребления инвалидами услуг центров отдыха и туризма, то их доля в совокупных потребительских расходах составила менее 1%, потребление услуг гостиниц, кафе и ресторанов - порядка 3%, из которых пользование услугами средств размещения в среднем не превышало 0,2%.

По данным комплексного наблюдения условий жизни населения в 2016 г. из общего числа респондентов в возрасте 15 лет и более туристскую или экскурсионную поездку за последние 12 месяцев совершили только 13,8% опрошенных. Следует указать причины, по которым инвалиды не осуществляют туристские путешествия:

- во-первых, им не позволяет состояние здоровья (так ответили 46,7% из числа лиц, не совершавших туристское путешествие и не участвовавших в экскурсиях);
- во-вторых, у 24% опрошенных не хватает денежных средств на путешествие;
- в-третьих, инвалиды предпочитают отдых на даче или с выездом к родственникам, друзьям и знакомым в местность, отличную от постоянного места жительства (так ответили 12% респондентов);
- в-четвертых, 8,6% опрошенных инвалидов не выезжают за пределы своей обычной среды обитания с туристско-экскурсионными целями по семейным обстоятельствам;
- в-пятых, у 4,9% инвалидов отсутствует интерес к поездкам туристского характера, на долю иных причин, не указанных выше, приходится 3,7% ответов респондентов [5].

Инклюзивный туризм может развиваться в том случае, если объекты индустрии гостеприимства и туризма отвечают принципу «доступно и удобно для всех». Среди исследований по разработке направления развития инклюзивного туризма следует отметить Лифанова И.В., который разрабатывает принципы реабилитации детей-инвалидов средствами туризма и краеведения [3].

Актуализация развития инклюзивного туризма усиливается тем обстоятельством, что для людей с ограниченными возможностями туризм является не только средством отдыха и реабилитации, способствующим активизации двигательных функций и поддержанию физической формы, но и источником, создающим среду для полноценного общения и устранения чувства неполноценности, что в свою очередь мобилизует психические ресурсы и восстанавливает психоэмоциональный настрой человека, а, следовательно, повышает уровень его самооценки и самозначимости. Многоотраслевой характер инклюзивного туризма предполагает использование методического инструментария, базирующегося на

статистическом изучении совокупности показателей, отражающих динамику и структуру туристского рынка, в т.ч. в сфере доступного туризма [6].

Выделим следующие факторы, ограничивающие или влияющие на возможность организации инклюзивного туризма:

1. Физическое состояние потенциальных туристов (инвалидность, ограниченная дееспособность).
2. Материальное положение потенциальных туристов (недостаточность средств для осуществления путешествия).
3. Высокие транспортные составляющие туристической поездки.
4. Завышенные цены на средства размещения.
5. Наличие бюрократических препятствий (например, сложности процедур оформлении виз для зарубежных поездок).
6. Отсутствие или слабое развитие мер по социальной поддержке туризма и отдыха.
7. Проблема слабой информированности относительно получения требуемого или желаемого туристского продукта, слабое развитие маркетинга.
8. Ограниченность набора предлагаемых туристских услуг и туристских дестинаций, доступных для лиц с ограниченными возможностями здоровья.
9. Отсутствие необходимой мотивации у людей к совершению путешествий.

Для решения перечисленных проблем может быть предложен следующий комплекс мероприятий:

1. Создание транспортной и гостевой структуры инклюзивного туризма, включающей оборудование аэропортов, железнодорожных и автовокзалов, вагонов и автобусов, специальные стоянки, подъемники, траволаторы, снабжение специальными средствами гостиничных номеров.
2. Развитие медицинского туризма, сети лечебно-оздоровительных учреждений, благодаря которым люди с ограниченными физическими возможностями смогут укрепить свое здоровье и, как следствие, повышать свои возможности путешествовать.
3. Развитие социального туризма, поддержка туристской активности населения с невысоким уровнем доходов, поощрение семейного и внесезонного туризма.
4. Строительство и совершенствование дорог, транспортных средств, совершенствование системы продажи билетов. Развитие системы конкурирующих между собой видов транспорта - железнодорожного, воздушного, водного, транспортных компаний, организация чартерных перевозок пассажиров.
5. Расширение сети гостиниц, поощрение их строительства через налоговые послабления владеющих ими физических и юридических лиц, например, освобождение гостиницы от налога сроком на пять лет после ее ввода в строй.
6. Принятие государственной программы по развитию социального туризма, доступного для всех.
7. Развитие системы информационного обеспечения о туристско-экскурсионных услугах, доступных для инвалидов.
8. Расширение турфирмами и туроператорами спектра услуг, формирование туристских дестинаций в соответствии с потребностями соответствующих групп населения [7].

В связи с требованиями ФГОС ООО перед системой образования встают новые цели и задачи, ориентированные на инклюзивное образование. Главной целью такого образования и воспитания является формирование духовно-нравственного потенциала личности в инклюзивной среде. В современном стандарте образования намечен переход школьников от пассивного участника образовательного процесса к активному деятельностному подходу. Это позволяет расширить возможности детей с ОВЗ, но вместе с тем наибольшую остроту приобретает психолого-педагогический фактор во время процесса их инклюзии в здоровую образовательную среду. Одним из активных методов социализации детей с ОВЗ является проектно-исследовательская деятельность [9].

Таким образом, можно сделать следующие **выводы**. Основным критерием, согласно которому лица, имеющие ограничения возможностей здоровья, выбирают тот или иной туристский маршрут, является доступность среды. В связи с этим перспективной задачей развития доступного туризма должно стать формирование такой туристской среды, которая бы отвечала туристским потребностям всех путешествующих граждан вне зависимости от их половозрастных характеристик, от их образования и социального статуса. В Российской Федерации проектирование туристских продуктов с учетом нужд особой категории туристов должно стать нормой, однако в целях преодоления противоречий между желаниями и возможностями туристской отрасли необходимо обеспечить максимально полную реализацию туристского потенциала территории регионов, переведя их потенциальные возможности в фактически используемые в деятельности туристской отрасли факторы производства [8].

Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/ivanov3.htm?ysclid=lh299rzi45924329256

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Анализ динамики развития туризма в России.
2. Анализ и освоение рынка выездного туризма.
3. Аннуляция тура.
4. Безопасность в международном туризме.
5. Виды договоров на туристское обслуживание.
6. Виды и формы международной туристкой деятельности.

1. Учебная дисциплина. Стратегическое управление региональным туризмом

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Тема 1.2. **Система управления региональным туризмом**

Министерство экономического развития Российской Федерации: продвижение действующих и создании новых направлений внутреннего туризма

3. Цели занятия.

- – изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- – приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- – получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Туристский имидж РФ.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Инновационные направления развития внутреннего туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
1.3.	Рекреационное районирование	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Министерство экономического развития Российской Федерации: продвижение действующих и создании новых направлений внутреннего туризма

Текст лекции.

Два новых подразделения — департамент развития туризма и департамент реализации проектов в сфере туризма — созданы в министерстве экономического развития РФ, сообщила пресс-служба ведомства. - В Минэкономразвития создали два департамента по туризму - РИА Новости, 07.12.2022 (ria.ru)

Директорами назначены Татьяна Шаршавицкая и Сослан Абисалов соответственно.

"Создание двух департаментов обеспечит успешную работу по взаимодействию с отраслью и повысит эффективность доведения федеральных мер поддержки до турбизнеса", — отметил замминистра экономического развития Дмитрий Вахруков.

Работа новых подразделений будет направлена на реализацию мероприятий нацпроекта "Туризм и индустрия гостеприимства" и создание условий для развития внутреннего туризма в стране, считает чиновник.

В задачи департамента Татьяны Шаршавицкой будет входить развитие туристического потенциала страны посредством создания условий для устойчивого роста отрасли, поддержания положительного имиджа и комплексного продвижения турпродуктов на российском и международном рынках.

Структура под руководством Сослана Абисалова займется выработкой и реализацией госполитики и нормативно-правовым регулированием, координацией работы над приоритетными направлениями госрегулирования туристской деятельности и госнадзором за деятельностью туроператоров, пояснили в пресс-службе Минэкономразвития.

Источник: https://ria.ru/20221207/minekonomrazvitiya-1836855479.html?ysclid=lh29q6pyrm938372508

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИМИДЖА РЕГИОНА

Сегодня формирование положительного туристического имиджа регионов России имеет большое значение. Важность формирования собственного туристического имиджа трудно переоценить. Индивидуальность, уникальность туристического образа каждого региона

необходима, так как не только привлекает к нему внимание, но и напрямую сказывается на инвестиционном климате и возможностях привлечения дополнительных ресурсов для развития региональной экономики. Учитывая эту взаимосвязь, очевидно, что положительный, запоминающийся имидж необходим региону. Продвижение имиджа регионов - перспективный путь в формировании позитивного имиджа нашей страны в целом.

Имидж и его составляющие

Как правило, имидж воспринимается людьми в качестве некоей ценности, ассоциируясь с успехом в различных видах деятельности (индивидуальной или коллективной). Имидж в переводе с английского «image» означает «образ». Понятие «имидж» имеет много разных значений.

Обратимся к одному из общепринятых определений: «Имидж - это искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. Имидж создаётся с целью формирования в массовом сознании определённого отношения к объекту. Может сочетать как реальные свойства объекта, так и несуществующие, приписываемые» [2].

На данный момент понятие «имидж» можно применить к различным видам объектов, а именно к человеку (персональный имидж), организации (корпоративный имидж), профессии, образованию, странам, государствам и регионам. В любом случае итогом создания имиджа должен стать цельный, законченный образ.

Имидж должен соответствовать следующим критериям:

- Вызывать эмоциональную реакцию. Особое значение имеет визуальная картинка, способная запасть в сознание человека.
- Имидж должен вырабатывать позитивный отклик.
- Имидж не должен утомлять воспринимающего.
- Имидж должен быть правдивым.

Отсюда можно сделать вывод, что имидж - это система, включающая различные элементы. Основополагающим элементом этой системы является целевая аудитория. В отсутствии аудитории исчезает потребность в имидже.

Структура имиджа характеризуется следующими элементами:

1. Социальные - имидж является источником информации о месте субъекта в обществе, его статусе, партийной или профессиональной принадлежности, а так же семейном положении.

2. Этические, так как имидж, представляя собой своеобразную «упаковку», старается раскрыть информацию о внутреннем «содержании» субъекта (человек, организация, территория, регион, страна и т.д.), побуждает к социальному поведению, кроме того, имидж изначально предстает в качестве идеализированного образа, при этом стимулирует «приближение» к этому образу реального субъекта, то есть «подтягивает» настоящее и задает ему желаемое направление развития.

3. Психологические, так как для создания имиджа необходимы природные психологические предпосылки, а также искусственные приёмы подачи информации, способствующие ее донесению в нужном формате.

4. Эстетические, взаимосвязанные с точностью выражения основной идеи имиджа, подходящей формой, символическими значениями, идеализацией информации.

Создание туристического имиджа региона

Имидж региона (территории) - это совокупность рациональных и эмоциональных представлений, вытекающих из сопоставления основных признаков региона (территории),

собственного опыта людей, их предпочтений и мнений, воздействующих на формирование определённого образа. Имидж региона создается администрацией, выдающимися личностями данного региона и СМИ. Таким образом, туристический имидж региона, на наш взгляд, представляет собой устойчивую совокупность эмоциональных и рациональных убеждений и ощущений, которые возникают у целевых аудиторий по поводу туристических особенностей региона; формируются на основе информации о туристических объектах, маршрутах, ресурсах региона, а так же личного опыта и впечатлений туристов

Факторы, влияющие на создание туристического имиджа региона:

1. Природные условия региона (климат, рельеф, флора и фауна).

2. Экономические, правовые и социальные реалии развития туризма в данном регионе.

3. Транспортные реалии, определяющие доступность туристских объектов, формирующих интерес к региону.

4. Инфраструктура региона.

5. Демографическая ситуации в регионе.

Средства создания положительного туристического имиджа региона

Приступая к созданию туристического имиджа региона, следует придерживаться определённых методологических принципов. В одной из работ А.Ю. Парфиненко [5] были выделены следующие принципы:

1. Туристический имидж формируется в рамках определённой социальной группы, которая распространяет далее своё влияние. При этом он отражает уникальные природные и историко-культурные памятники [1].

2. Одним из ключевых моментов в создании имиджа региона является его восприятие гражданами этого региона.

3. Туристический имидж региона во многом зависит от материальных и духовных ценностей, им экспортируемых. В связи с этим актуализируется «развитие культурных ориентаций населения… и соответствующей материальной базы в виде образовательных учреждений, музеев, театров. библиотек…» [4] и иных форм культурно-образовательного влияния.

4. Основой имиджевой характеристики региона является базовый (исторически сложившийся) образ, который он имеет. Каждый регион имеет свой базовый образ. Эффективный туристический имидж не может представлять собой сугубо искусственное образование, а должен иметь под собой реальную платформу, отражая объективные черты и характеристики своего прообраза.

5. Туристический имидж не должен представлять собой набор культурно-исторических объектов, он должен содержать в себе некую фольклорную составляющую: легенды, предания, культурные смыслы и коннотации, создающие атмосферу, «душу» региона.

6. Символам, отвечающим за индивидуализацию и неповторимость региона, необходимо отвести центральное место в туристическом имидже.

7. Романтические и героические составляющие прошлого и настоящего должны стать важным методологическим компонентом туристического имиджа региона.

Таким образом, данные характеристики являются необходимыми для создания позитивного туристического имиджа региона.

Создание положительного имиджа региона неразрывно связано с внутренним туризмом, способствует его развитию и популяризации, помогая в решении всего многообразия задач, так или иначе связанных с внутренним туризмом, влияя не только на развитие экономики региона и увеличение количества средств, поступающих в региональный бюджет от

индустрии туризма, но и решая не менее важные воспитательно-образовательные задачи [3] патриотического воспитания, любви к малой родине, стране в целом. Поскольку одним из методологических оснований формирования имиджа является его культурно-исторический базис, то воспитательно-образовательное значение туристического имиджа региона становится очевидным. При этом положительный имидж региона влияет не только на формирование личности подрастающего поколения, постоянно проживающего в регионе, но и оказывает косвенное влияние на формирование общенационального самосознания.

Можно утверждать, что формирование имиджа региона является одним из важных направлений в развитии туристической индустрии и неотъемлемой частью данной отрасли, так как этот параметр определяет успешность региона и его составляющих, в том числе курортных и туристических. От того, каким образом складывается туристический имидж какого-либо региона, на чём акцентируется внимание целевых аудиторий, зависит его популярность среди туристов и, как следствие этого, повышение финансовой состоятельности курортов и туристических маршрутов. Развитие туриндустрии существенно влияет на экономику региона, занятость населения и уровень его благосостояния, а так же на развитие культуры и формирование системы ценностей в регионе.

Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/loseva.htm?ysclid=lh29wq73kd868327409

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ

Динамика и масштабы происходящих изменений в сфере инновационной деятельности предопределили необходимость исследования, упорядочения и систематизации научных знаний в этой области. Научных разработок, посвященных проблемам инновационного развития экономических систем, сегодня не мало.

Инновационное развитие экономических систем характеризуется появлением новых конкурентных преимуществ, позволяющих хозяйствующим субъектам выживать и развиваться во внешней среде. Направления исследований в сфере инновационной деятельности затрагивают деятельность организаций различной отраслевой принадлежности.

В процессе изучения фундаментальных трудов отечественных и зарубежных ученых по теории управления инновационными процессами, автор пришел к выводу, что направления исследований в области инноваций в полном объеме не раскрыты в такой сфере деятельности как туризм.

В настоящее время в работах отечественных и зарубежных специалистов в области туризма, в частности В.М. Аньшина, И. Балабановой, М.Н. Забаевой, М.В. Ефремова, А.А. Трифиловой, О.В. Федорова и др рассматривались: проблемы управления конкурентоспособными туристскими организациями на основе использования инновационных методов; механизмы обеспечения и оценки инновационного развития туристских организаций; характеристики хозяйствования и развития отечественных туристских предприятий в современных экономических условиях.

Туризм, являясь одной из самых доходных отраслей национальной экономики, предопределяет интерес к себе со стороны многих ученых. В табл. 1 представлены наиболее распространенные подходы к экономическому пониманию туризма.

Таблица 1. Подходы к туризму

Авторы Понятие туризма

Осадин Б. индустрия, содержащая в себе различные фирмы, учреждения и предприятия, занимающиеся организацией отдыха туристов, предоставляющие потребителю разнообразные туристские услуги [7]

Дмитриев М.Н., проф., Забаева М.Н., доцент межотраслевой комплекс национального хозяйства, удовлетворяющий потребности специфической категории потребителей (туристов) и состоящий из организаций отраслей как производственной, так и непроизводственной сферы [2]

Жукова М.А. важная составляющая экономики многих государств, которая обеспечивает занятость местного населения, загрузку гостиниц и отелей, ресторанов, зрелищных мероприятий, поступления иностранной валюты и т.д. [3]

Кабушкин Н.Н. отрасль экономики, включающая в себя деятельность туристических организаторов и посредников, которыми нужно управлять [4]

Анализ трактовок понятия «туризм», позволил установить, что большинство авторов сходятся во мнении, и считают, что туризм:

- является отраслью экономики;
- состоит из организаций, удовлетворяющих потребности туристов;
- является источником дохода, за счет формирования, продвижения и реализации туристских продуктов и услуг.

На основании сделанного анализа предлагается придерживаться мнения большинства ученых и в дальнейшем рассматривать туризм как совокупность организаций, деятельность которых существенно влияет на экономические показатели региона за счет формирования, продвижения и реализации качественных, уникальных и конкурентоспособных туристских продуктов и услуг.

Результатом туристской деятельности, является продукт, который по разным причинам устаревает. На основе того, что потребитель туристских услуг, потребляет некоторое количество продуктов или услуг, с одной стороны среди поставщиков туристских услуг появляется конкуренция. С другой стороны поставщикам приходится кооперироваться между собой, когда потребитель нуждается в дополнительных услугах. В процессе кооперации и конкуренции возникает новый туристский продукт. В этот момент традиционный туризм преобразуется в инновационный.

Идея классифицирования туристкой деятельности по степени новаторства не нова. В одном из трудов проф Дмитиевым, доц Забаевой, доц Малыгиной дается четкое разграничение классического и инновационного туризма [2].

Деление туризма на классический и инновационный предопределяет необходимость уточнения понятийного аппарата, отражающего особенности развития той или иной модели. В контексте настоящего исследования предложим понятия инновационной деятельности в туризме, традиционно рассматриваемые исследователями разных стран в различные временные периоды: инновационная деятельность, инновационный продукт.

Исследовав авторские трактовки понятия, туристская деятельность и инновационная деятельность автором приводится определение понятия инновационная деятельность в туризме.

Инновационная деятельность в туризме – это тесно связанные между собой процессы по формированию, реализации, продвижению и послепродажному обслуживанию инновационного туристского продукта субъектами инновационной деятельности в туризме, а также по финансовому обеспечению этих процессов, приводящих к получению экономического эффекта.

В контексте данного исследования целесообразно использовать толкование процессов входящих в состав инновационной деятельности в туризме на основе определений взятых из ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» (таблица 2)

Таблица 2. Трактовка процессов инновационной деятельности в туризме

Процессы	Традиционный туризм [10]	Инновационный туризм
Формирование	деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие)	процесс возникновения идеи, который представлен как результат упорядоченной деятельности туроператора по заключению и исполнению договоров с поставщиками туристских услуг, оказывающими отдельные новые или усовершенствованные услуги, входящие в инновационный турпродукт
Продвижение	комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое)	деятельность турфирм, направленная на стимулирование спроса производимого инновационного туристского продукта и на формирование положительного имиджа предприятия
Реализация	деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором	деятельность турфирм по заключению договора о реализации инновационного туристского продукта с потребителем, а также деятельность турфирм и (или) поставщиков инновационных туристских услуг по оказанию потребителю самих инновационных туристских услуг в соответствии с данным договором

Базируясь на положениях изложенных Новиковым В.С. [6], в туризме инновационная деятельность развивается по трем направлениям:

- внедрение нововведений (организационные инновации);
- маркетинговые инновации, позволяющие охватывать потребности целевых потребителей или привлекать не охваченных на данный период времени клиентов;
- периодические нововведения (продуктовые инновации).

Новиковым В.С. проведена классификация основных направлений инновационной деятельности в туризме в зависимости от технологических параметров (продуктовая инновация), внутреннего содержания (организационная и маркетинговая инновация), по принципу принадлежности направления к какому-либо виду инновации. Нами предлагается усилить данный подход для использования его в дальнейших исследованиях. Рассмотрев предложенные различными авторами виды инноваций и их классификацию, нами выбрана классификация, описанная в научных трудах А.И. Пригожина [8] и позволяющая достаточно широко описать основные направления инновационной деятельности в туризме. Автором классификация разбита на 5 групп:

1) По распространенности: единичные; диффузные;

2) По месту в производственном цикле: сырьевые; обеспечивающие (связывающие); продуктовые;

3) По преемственности: замещающие; отменяющие; возвратные; открывающие; ретровведения;

4) По охвату ожидаемой доли рынка: локальные; системные; стратегические;

5) По инновационному потенциалу и степени новизны: радикальные; комбинаторные; совершенствующие.

В рамках данного исследования для нас наиболее важный интерес представляет последнее направление классификации, учитывающие масштаб и новизну инноваций, интенсивность инновационного изменения в наибольшей степени выражают количественные

и качественные характеристики инноваций в любой отрасли экономики и имеют значение для экономической оценки их последствий и обоснования управленческих решений.

Классификация видов инноваций специалиста А.Н. Кобышева является аналогом классификации предложенной А.И. Пригожиным. В своей работе А.Н. Кобышев рассматривает результат инновационной деятельности в виде маркетинговой инновации, подразумевая приложение маркетинговых усилий в двух направлениях. На стадии маркетинга инновационной идеи существенно определение степени ее инновационного потенциала. По этому критерию инновации делятся на три типа: радикальные, комбинаторные, модифицирующие.

Несколько иной подход к определению основных направлений инновационной деятельности в туризме в своих работах показал Яковлев Г.А. По его мнению основными направлениями инновационной деятельности туристских предприятий являются использование новой техники и технологий в оказании традиционных услуг, внедрение новых услуг с новыми свойствами, изменения в организации производства и потребления традиционных туристских услуг, использование новых туристских ресурсов ранее не использованных, выявление и использованных новых рынков сбыта туристских услуг и товаров. Яковлевым Г.А. не указанна, по какому принципу проведена классификация. Рассмотрев предложенные варианты, нами предлагается объединить и усилить подходы, принимая во внимание, данное ранее определение экономической категории «инновационная деятельность в туризме» и рассмотреть основные направления инновационной деятельности в зависимости от того к какому процессу они относятся (таблица 3).

Таблица 3. Основные направления инновационной деятельности в туризме

Вид инновации Вид процесса

ФормированиеПродвижениеРеализация

радикальные использование при производстве инновационных продуктов и услуг новых туристских ресурсов ранее не использованных использование новой техники и технологий при продвижении традиционных услуг появление нового потребителя и нового рынка сбыта туристских услуг

комбинаторные внедрение услуг с новыми свойствами в традиционный туристский продукт продвижение традиционных туристских услуг с использованием новых, для данных услуг, маркетинговых ходов Выявление и использование новых рынков сбыта туристских услуг

совершенствующие изменения в организации производства традиционных туристских услуг улучшение организации продвижения традиционных туристских услуг сохранение или усиление рыночных позиций туристских фирм

Принимая во внимания трактовки видов инноваций предложенных Кобышевым А.Н. [5] и учитывая отраслевую составляющую инновационной деятельности, нами определены основные направления инновационной деятельности в туризме.

Источник: https://tourlib.net/statti_tourism/kalitvinceva3.htm?ysclid=lh29uwg7qv84556018

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Условия развития регионального туризма
2. Факторы развития регионального туризма
3. Устойчивое развитие регионального туризма
4. Ресурсы для развития регионального туризма
5. Институциональные ресурсы регионального туризма

6. Туристско-рекреационные ресурсы регионального туризма

1. Учебная дисциплина. Стратегическое управление региональным туризмом

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. **ПРОГРАММНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА**

Тема 2.1. **Региональная нормативно-правовая база туризма**

3. Цели занятия.

- – изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- – приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- – получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Специфика и состав туристической индустрии.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Экономика и организация международного туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Текст лекции.

Теоретические и практические основы международного туризма

В данной главе дается определение международного туризма (МТ) и раскрывается комплексный характер туристической деятельности.

1.1. Введение в международный туризм

Международный туризм (определение и методы исследования). Связь курса «Международный туризм» с другими научными дисциплинами. Классификация видов туристической деятельности. Перспективы развития международного туризма. Современные факторы развития международного туризма.

1.1.1. Международный туризм (определение и методы исследования)

Сегодня туристической деятельности даются разные определения. Так, понятие «туризм» может обозначать временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность, находящуюся в пределах своей страны, в

свободное время с целью получения удовольствия и отдыха, а также в оздоровительных, гостевых, познавательных или профессиональных целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте. В то же время туризм рассматривают и как важнейшее средство удовлетворения человеческой потребности в разнообразии. Таким образом, предметом изучения курса могут служить следующие составляющие понятия «туризм»:

1. Перемещение или миграция.
2. Мотивация (цель) перемещения.
3. Страноведческие особенности, привлекающие туриста.
4. Экономические факторы, связанные с наличием средств на организацию поездки, а также с влиянием туризма на развитие экономики на макро- и микроуровнях.

В курсах по МТ могут быть использованы как общенаучные, так и прикладные методы исследования. Метод научной абстракции выражается в обобщении фактов и выявлении закономерностей. Исторический метод представляет собой характеристику истории страны. Статистические методы позволяют количественно оценивать туристические потоки. Социально-психологические методы связаны с выявлением мотивации поездок, социальной дифференциацией туристов. Географические методы направлены на оценку территориальной дифференциации мест пребывания и анализ природно-климатического потенциала местности. Экономические методы показывают, как в условиях ограниченности ресурсов максимально удовлетворить потребности, а также позволяют оценить экономический эффект от данного вида деятельности. Задача курсов по МТ — подготовить грамотных специалистов, которые смогут наиболее эффективно реализовывать турпродукт.

1.1.2. Связь курса «Международный туризм» с другими научными дисциплинами

Методический аппарат, используемый в курсах по изучению МТ, предполагает его связь с другими научными дисциплинами. Так, связь МТ с историей той или иной страны обусловлена наличием того наследия, которое оставила деятельность человека в различные исторические эпохи и которое является предметом интереса туристов.

Не менее важна связь МТ с географией. Различие в природно-климатических особенностях и территориальной структуре хозяйства является мощным стимулом международной туристической миграции. Знание физико-географических закономерностей позволит получить представление о районах и территориях, где наиболее вероятны стихийные бедствия, которые могут произойти в результате землетрясений, цунами, ураганов, наводнений, схода снежных лавин и т.п. Это важно для обеспечения безопасности международных путешествий. В этой связи целесообразно знакомство с основами таких наук, как геоморфология (наука о рельефе местности), океанология (наука о мировом океане), гляциология (наука о ледниках), метеорология (наука о многолетнем режиме погоды), сейсмология (наука о землетрясениях). Социальная дифференциация населения по возрастным, половым, национальным и другим признакам, формирование мотивации к поездке предопределили связь туризма с социологией и психологией. Для туристической, как и для многих других видов деятельности, актуальны такие категории, как спрос, предложение, прибыль, рентабельность. Это обстоятельство обусловило связь МТ с экономикой. Связь со статистикой объясняется необходимостью классифицировать различные виды туристической деятельности, анализировать туристические потоки.

Комплексность и многообразие туристической деятельности привели к появлению нового термина - «туристика». Под туристикой понимается система прикладных наук о туризме и туристическом обслуживании граждан. Эти науки охватывают два уровня туризма: отрасль и туристический хозяйствующий субъект (туристическую фирму) [5].

1.1.3. Классификация видов туристической деятельности

Международный туризм - неоднозначное понятие. Различные подходы к классификации видов туристической деятельности можно найти, например, в работах В. Квартальнова, А. Александровой, Е. Ильиной и др. Так, выделяются следующие разновидности туризма: международный и внутренний. Международный туризм охватывает поездки за пределы страны, что связано с соблюдением определенных формальностей (таможенный, валютный, медицинский контроль). Внутренний туризм, в отличие от международного, не связан с пересечением госграницы и, следовательно, не требует соблюдения туристических формальностей.

Международный туризм бывает въездной и выездной. Въездной туризм - это путешествия в пределах страны лиц, не проживающих в стране постоянно. Выездной туризм - это путешествия лиц, постоянно проживающих в стране, но отправляющихся с какими-либо целями в другую страну. Обычно страны заинтересованы в развитии въездного туризма, так как это привлекает в страну валютные ресурсы, стимулирует экономическую активность. Фирмы, которые занимаются развитием въездного туризма, получили название рецептивных (принимающих) фирм.

В зависимости от содержания и целей туристическую деятельность можно классифицировать следующим образом. Путешествия с целью развлечения и отдыха составляют основу международного туристического обмена. На их долю приходится более половины всего спроса. Они объединяют оздоровительные, познавательные, любительские, спортивные поездки. Повышенным спросом у населения пользуются поездки к морю. Купально-пляжный отдых традиционно считается лучшим способом снятия нервного и физического утомления.

Деловой туризм охватывает поездки со служебными целями без получения доходов по месту командирования. Деловой туризм можно подразделить на собственна бизнес-поездки, конгрессно-выставочный и инсентив-туризм (побудительный, поощряющий), представляющий собой поездки, которыми фирма награждает своих сотрудников за высокие показатели в работе.

Образовательный туризм - поездки с целью получения образования за рубежом. Обычно здесь реализуются поездки в развитые страны с целью совершенствования языка, получения бизнес-образования, изучения специальных дисциплин. В рамках образовательного туризма отдельные страны имеют, как правило, свою специализацию. США привлекает туристов большим богатством выбора возможностей в направлениях образования, какого не может предложить ни одна другая страна. Одной из самых заманчивых целей для желающих получить классическое высшее образование, близкое к российскому, всегда была Германия с ее сетью старинных университетов. Испанские школы изящных искусств в рекомендациях не нуждаются: в университетах на высоком уровне преподаются архитектура, дизайн, графика, декор. Пальму первенства в этой области уверенно держит Барселона. Итальянское высшее образование изначально не ориентировано на прагматично-профессиональную подготовку, поэтому, собираясь учиться в Италии, лучше выбирать гуманитарные дисциплины. Отличительной чертой французского высшего образования является относительно невысокая плата за обучение, отсутствие каких бы то ни было ограничений и крайне простые правила приема, что создает ситуацию, чрезвычайно благоприятную для иностранцев. В швейцарском образовании главное - качество и основательность. Позволить себе элитарное швейцарское образование может далеко не каждый. Швейцария - страна, где можно получить настоящее европейское образование на английском, немецком, французском и итальянском языках в самом живописном и спокойном уголке Европы.

Экологический туризм представляет поездки в особо охраняемые природные территории, девственные места, заповедники, заказники с исследовательскими и промысловыми целями. Экологический туризм предполагает соединение активного отдыха с дикой суровой природой. По мнению В.В. Храбовченко, экотуризм должен содержать три компонента:

- «познание природы», т.е. путешествие предполагает наличие элементов изучения природы, получение туристами новых знаний и навыков;
- «сохранение экосистем», подразумевающие не только соответствующее поведение группы на маршруте, но и участие туристов и туристических фирм в программах, мероприятиях по защите окружающей среды;
- «уважение интересов местных жителей» - это не только соблюдение местных законов и обычаев, но и вклад туризма в социально-экономическое развитие туристических дестинаций.

Выделяют четыре вида экотуризма: научный туризм; туры истории природы; приключенческий туризм; путешествие в природные резерваты [66].

В свою очередь Международное общество экотуризма со штаб-квартирой в Вермонте (США) определяет экотуризм как «ответственное путешествие в природные зоны, которое сохраняет окружающую среду и способствует стабильному благосостоянию местного населения» [58].

Одной из разновидностей международного туризма является религиозный туризм. Это паломнический туризм и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности. Разновидностью паломнического туризма является духовно-паломнический туризм. Паломничество понимают как «странствие людей для поклонения святым местам» Духовно-паломнический туризм - это своего рода «религиозная практика» в странах с продвинутыми религиозными традициями. В рамках религиозного туризма экскурсионно-познавательной направленности предполагается посещение религиозных центров, в которых туристы-экскурсанты смогут увидеть религиозные объекты [67]. По источникам финансирования туризм подразделяется на коммерческий и социальный. Первоначально вся туристическая деятельность осуществлялась с целью извлечения прибыли (коммерческий туризм). В случае предоставления гражданам гарантий на минимум отдыха со стороны государства и предприятий, можно говорить о социальном туризме. Выделяют также массовый и элитарный туризм, рассчитанный на состоятельную клиентуру. По числу участников туризм классифицируют на индивидуальный (от одного до пяти человек) и групповой (шесть и более человек). По возрастному критерию туризм подразделяют на туризм пожилых людей, туризм лиц среднего возраста и молодежный туризм. В зависимости от способа организации поездки туризм может быть представлен как организованный (приобретение туров через фирму с последующим комплексом обслуживающих услуг) и неорганизованный, основанный на принципах самодеятельности. Выделяют также специфические разновидности туризма, например, экстремальный туризм, автостоп, велотуризм и др.

Туризм можно классифицировать в зависимости от того вида транспорта, которым предпочитают пользоваться туристы: автомобильный, железнодорожный, авиационный, водный (круизные лайнеры). По прогнозам ВТО в XXI в. наиболее перспективным, быстрорастущим видом туризма будут путешествия на круизных лайнерах. Вместе с тем, другие виды транспортных перевозок туристов тоже имеют перспективы роста. Так, эксперты отмечают, что к 201 0г. 9

протяженность скоростных железнодорожных магистралей в Европе возрастет более чем в 10 раз. Вполне вероятно, что к этому времени большинство туристов предпочтут

пользоваться не самолетом, а поездом, мчащимся со скоростью 300 км/час. Популярностью пользуются у туристов железнодорожные туристические маршруты, такие, как Париж-Стамбул, Транс-Канада, Транс-Америка. Эти маршруты позволяют на комфортабельных поездах пересечь целый континент [25]. Развитие железнодорожного туризма перспективно для России - самой большой по площади страны мира.

1.1.4. Перспективы развития международного туризма

С 1950 г. количество прибывающих международных туристов увеличилось почти в 28 раз и достигло 698 млн человек в 2000г. Эта цифра, согласно прогнозам, будет удвоена к 2020г и достигнет 1,6 млрд. человек. В настоящее время около 80% туристов в мире приходится на Европу и Северную и Южную Америку, тогда как лишь 15% на Восточную Азию и Тихоокеанский регион и 5% - на Африку, Ближний Восток и Южную Азию вместе взятые [58]. К 2020г. ожидается, что Восточная Азия и Тихоокеанский регион будут вторым по популярности направлением международного туризма после Европы. В прогнозе развития, сделанном Всемирной туристической организацией (ВТО), определены самые перспективные направления и виды туризма XXI столетия (см. табл. 1.1).

Таблица 1.1. Самые популярные туристические направления мира к 2020 г. (по прогнозу ВТО)

	Страна	Количество туристических прибытий, млн
1	Китай	137,1
2	США	102,4
3	Франция	93,3
4	Испания	71,0
5	Сянган	59,3
6	Италия	52,9
7	Великобритания	52,8
8	Мексика	48,9
9	Россия	47,1
10	Чехия	44,0

Наиболее популярными видами туризма к 2020г. станут: приключенческий, экологический, культурно-познавательный, тематический и круизы.

Вместе с тем, можно выделить и факторы, препятствующие развитию туризма. К ним можно отнести слишком удаленное от основных географических маршрутов местоположение, в частности островов на юге Тихого океана; сейсмическую активность и стихийные бедствия, - например, Соломоновы острова и Вануату; гражданскую войну и экономический спад в развивающихся странах (Сьерра-Леоне); международный терроризм.

1.1.5. Современные факторы развития международного туризма

К современным факторам развития МТ относятся политическое (мирное) сосуществование населения на большей части планеты, поддержка государственных органов в большинстве стран, развивающих МТ, рост общественного богатства, сокращение рабочего времени, развитие транспорта, совершенствование уровня общественного сознания. Демографические факторы представлены ростом средней продолжительности жизни, повышением уровня урбанизации, т.е. роста городского населения. В настоящее время международный туризм в постиндустриальном обществе фактически становится основой глобального стиля жизни.

Источник:
https://tourlib.net/books_tourism/voskresensky11.htm?ysclid=lh29hg6x7x679054768

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Комиссионное вознаграждение.
2. Материально-техническая база и организационная структура туристской фирмы.
3. Международная классификация средств размещения.
4. Организация международных перевозок российских туристов.
5. Основные нормативно-правовые документы, регулирующие международный туризм.
6. Особо охраняемые природные территории России. Краткая характеристика.

1. Учебная дисциплина. Стратегическое управление региональным туризмом

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2.

Экономика и организация международного туризма основные экономические законы и категории в туризме

Тема 2.2. География международного туризма

3. Цели занятия.

- – изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- – приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- – получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристические зарубежные ресурсы	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Рекреационный потенциал и современное развитие туризма зарубежом	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Актуальные области сертификации

Текст лекции.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Ответственность принимающей фирмы за соблюдение условий сделки.

2. Ответственность турорганизатора за аннуляцию тура.
3. Правовая основа работы туристских фирм в РФ.
4. Российская классификация средств размещения и питания.
5. Согласование с иностранной фирмой условий обслуживания российских туристов.
6. Согласование с иностранным партнером цены пакета услуг.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. Стратегическое управление региональным туризмом

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Индустрия внутреннего туризма и особенности ее формирования

Тема 1.1. Виды и разновидности внутреннего туризма. Инклюзивный туризм. Особенности развития внутреннего туризма

3. Цели занятия.

– изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;

– приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;

– получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основные виды внутреннего туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Процесс производства национального туристического продукта	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Туризм в развивающихся странах.
2. Туристский ваучер.
3. Формирование маршрута и пакета туристских услуг.
4. Формирование продажной цены зарубежной туристской поездки.
5. Функции международного туризма.

6. Характеристика категории особо охраняемых природных территорий.
7. Характеристика рекреационного потенциала России.
8. Характеристика России как туристского региона.

1. Учебная дисциплина. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Индустрия внутреннего туризма и особенности ее формирования

Тема 1.2. Министерство экономического развития Российской Федерации: продвижение действующих и создании новых направлений внутреннего туризма

3. Цели занятия.

- – изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- – приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- – получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Туристский имидж РФ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Инновационные направления развития внутреннего туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.3.	Рекреационное районирование	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие региональной программы развития, цели, задачи программ, структура программ.
2. Подпрограммы, отчётность о выполнении программ.
3. Программы развития туризма как фактор реализации туристского потенциала регионов.
4. Исполнители и финансовое обеспечение программ развития туризма

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к темам раздела 1.:

1. Рекреационные зоны и центры России
2. Культурно-познавательные туристские центры России.
3. Золотое кольцо
4. Серебряное ожерелье России
5. Санкт-Петербург – крупнейший культурно-исторический центр
6. Москва – главный культурно-исторический центр России
7. Московская область – культурно-познавательный центр России.
8. Ансамбль Кижи – выдающийся памятник древнего деревянного зотчества.
9. Кижский погост
10. Соловецкие острова – экскурсионный центр севера России.
11. Калининград – свидетельство европейской истории и культуры.
12. Поволжские города - Нижний Новгород, Казань, Волгоград, Астрахань – крупнейшие туристские центры.
13. Красноярский край – центр Сибири.
14. Республика Тыва – центр буддийской культуры в России.
15. Бурятия – культурно-исторический центр.
16. Иркутск – крупный культурный, научный и туристический центр Восточной Сибири.
17. Туристско-рекреационные центры экологического типа.
18. Карелия, Архангельская и Мурманская область – центры природно-ориентрованного туризма на Северо-Западе России.
19. Тверская область. Озеро Селигер.
20. Национальный парк Куршская коса.
21. Заповедники и национальные парки Северного Кавказа.
22. Горный Алтай, Горная Шория и Кузнецкий Алатау.
23. Западные и Восточные Саяны
24. Байкал – центр экологического туризма России.
25. Курильские острова.
26. Камчатка – регион действующих вулканов.
27. Туристско-рекреационные центры оздоровительного типа: курорт «Янган-Тау», Старая Русса, Кавказские минеральные воды, курорт «Талая» в Магаданской области, курорт «Теберда» в Карачаево-Черкессии, курорт «Тинаки» в Астраханском крае.
28. Бальнеологический и климатический курорт «Нальчик».
29. Санаторно-курортный комплекс Сочи и Анапы.
30. Туристско-рекреационные центры горного типа.
31. Туристские зоны федерального значения: общая характеристика.
32. Характеристика 8 туристско-рекреационных экономических зон на территории России.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – кейс-задание.

Форма практического задания: практическое задание
Перечень тем раздела 2:

1. Проанализировать государственную программу развития туризма одного из регионов РФ (по выбору обучающегося)
2. Разработать программу развития туризма любого территориального образования РФ (в том регионе или муниципальном образовании, в котором данная программа отсутствует)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. Стратегическое управление региональным туризмом

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. **СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ**

Экономика и организация международного туризма основные экономические законы и категории в туризме

Тема 2.1. **Выбор стратегии развития регионального туризма**

3. Цели занятия.

- – изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- – приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- – получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Анализ потенциала региона для развития туризма. Выявление тенденций в развитии регионального туризма, анализ спроса. Анализ рисков. Оценка перспектив.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Формирование стратегии развития регионального туризма. Определение целевых показателей, анализ сценария развития регионального туризма отдельных регионов РФ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Анализ потенциала региона для развития туризма.
2. Выявление тенденций в развитии регионального туризма, анализ спроса. Анализ рисков.
3. Оценка перспектив.
4. Формирование стратегии развития регионального туризма.
5. Определение целевых показателей, анализ сценария развития регионального туризма отдельных регионов РФ.

Раздел 2. **СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ И УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ**

Тема 2.2. **Конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность регионального туризма**

3. Цели занятия.

- – изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- – приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- – получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	понятие конкурентоспособности в туризме, показатели конкурентоспособности, направления повышения,	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	узнаваемость и привлекательность туристского бренда региона, безопасность, государственная поддержка региональных органов управления. Инвестиционная привлекательность регионов для туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Туризм в регионах: опыт и перспективные направления
1. Историко-культурный потенциал и возможности его использования в региональном туризме
2. Природно-ресурсный потенциал и возможности его использования в региональном туризме
3. Условия развития регионального туризма
4. Стратегия развития туризма в регионах РФ
5. Количественные показатели развития туристских территорий
6. Роль туристкой инфраструктуры в развитии регионального туризма
7. Стратегические виды туризма в РФ

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: реферат
Перечень тем раздела 2:

1. Стратегия развития туризма Европейского Севера РФ
2. Стратегия развития туризма Центральных регионов РФ

3. Стратегия развития туризма Юга РФ
4. Стратегия развития туризма Уральского региона РФ
5. Стратегия развития туризма Сибири
6. Стратегия развития туризма Дальнего Востока
7. Перспективы развития туризма новых регионов РФ

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает

любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – реферат.

Темы рефератов:

Туризм в регионах: опыт и перспективные направления

Историко-культурный потенциал и возможности его использования в региональном туризме

Природно-ресурсный потенциал и возможности его использования в региональном туризме

Условия развития регионального туризма
Стратегия развития туризма в регионах РФ
Количественные показатели развития туристских территорий
Роль туристкой инфраструктуры в развитии регионального туризма
Стратегические виды туризма в РФ
Стратегия развития туризма Европейского Севера РФ
Стратегия развития туризма Центральных регионов РФ
Стратегия развития туризма Юга РФ
Стратегия развития туризма Уральского региона РФ
Стратегия развития туризма Сибири
Стратегия развития туризма Дальнего Востока
Перспективы развития туризма новых регионов РФ

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. refenre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы

обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

7. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

8. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

9. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

10. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

11. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

12. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИЗМЕ

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

Москва, 2025 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная

модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Содержание дисциплины (модуля)

МОДУЛЬ 1.

РАЗДЕЛ 1. Caractéristiques du système phonétique de la langue française

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Алфавит, его транскрипция и правила чтения.

2. Особенности фонетической системы современного французского языка.

3. Французский язык в мире.

4. Типы интонации.

5. Имя существительное. Род и число.

6. Существительное. Множественное число.

7. Повествовательные, вопросительные и восклицательные предложения

Тема 1.1. Интонационные особенности современного французского языка

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Алфавит, его транскрипция и правила чтения.

2. Особенности фонетической системы современного французского языка.

3. Французский язык в мире.

4. Имя существительное. Род и число.

Тема 1.2. Особенности фонетического оформления связной речи

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Типы интонации.
2. Существительное. Множественное число.

3. Повествовательные, вопросительные и восклицательные предложения

РАЗДЕЛ 2. **Adjectif**

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Интонация предложения с вопросительным оборотом.

2. Сообщение информации о своих биографических данных: имя, фамилия, возраст, национальность, место рождения, жительства, работы, учебы.

3. Транскрипция.

4. Личные местоимения.

5. Вопрос к прямому дополнению.

6. Заполнение личной анкеты. Составление автобиографии.

7. Род и число прилагательных.

8. Согласование прилагательного и существительного в роде и числе.

Тема 2.1. Faisons connaissance. Biographie. Давайте познакомимся. Биография.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Интонация предложения с вопросительным оборотом.

2. Сообщение информации о своих биографических данных: имя, фамилия, возраст, национальность, место рождения, жительства, работы, учебы.

3. Транскрипция.

4. Личные местоимения.

5. Вопрос к прямому дополнению.

6. Заполнение личной анкеты. Составление автобиографии.

Тема 2.2. Имя прилагательное

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Род и число прилагательных.
2. Согласование прилагательного и существительного в роде и числе.

РАЗДЕЛ 3. Présent

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Ударение внутри ритмической группы. Сцепление и голосовое связывание.

2. Погода.

3. Présent глаголов 1 и 3 группы.

Тема 3.1. Les saisons. Le temps. Времена года. Погода

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Ударение внутри ритмической группы. Сцепление и голосовое связывание.

2. Времена года. Погода.

Тема 3.2. Настоящее время

Перечень изучаемых элементов содержания

Présent de l’indicatif глаголов 1 и 3 группы.

МОДУЛЬ 2.

РАЗДЕЛ 1. Artícle

Перечень изучаемых элементов содержания

Сообщение информации о зарубежном партнере: имя, возраст, семейное положение, место жительства (страна, город), место работы, увлечения, хобби.

Виды артикля. Единственное и множественное число артикля.

Тема 1.1. Mon collègue étranger. Мой зарубежный коллега.

Перечень изучаемых элементов содержания

Сообщение информации о зарубежном партнере: имя, возраст, семейное положение, место жительства (страна, город), работы, увлечения, хобби.

Тема 1.2. Артикль.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Виды артикля.

2. Единственное и множественное число артикля.

3. Указательные прилагательные.

4. Притяжательные прилагательные.

РАЗДЕЛ 2. Verbe français

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Сообщение информации о своем рабочем дне, о повседневных занятиях, увлечениях, хобби.

2. Сообщение личной информации об учебном заведении, факультете, предметах.

3. Глагол.

4. Типы спряжения.

Тема 2.1. Ma journée de travail. Рабочий день

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Сообщение информации о своем рабочем дне, о повседневных занятиях, увлечениях, хобби.

2. Сообщение личной информации об учебном заведении, факультете, предприятии или организации где работаете. Выходной день.

Тема 2.2. Глагол

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Глагол.

2. Типы спряжения.

РАЗДЕЛ 3. Présent de l'indicatif

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Présent de l'indicatif.

2. Спряжение глаголов 1, 2 и 3 группы.

3. Présent местоименных глаголов.

4. Оборот c'est и ce sont.

5. Количественные числительные 1-30.

6. Безличный оборот il y a.

7. Сообщение о трудовой деятельности.

Тема 3.1. Vacances. Tourisme. Отпуск. Путешествия.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Количественные числительные 1-30.

2. Безличный оборот il y a.

3. Сообщение о том, как и где, проводите отпуск. Виды путешествий. Путешествие различными видами транспорта: самолётом, поездом, автобусом, на корабле. Преимущества каждого вида транспорта. Путешествие по стране и за рубеж. Городской транспорт. Связь (почта, телеграф, телефон).

Тема 3.2. Настоящее время.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Présent de l'indicatif

2. Повелительное наклонение.

3. Оборот c'est и ce sont.

4. Безличный оборот il y a.

МОДУЛЬ 3.

РАЗДЕЛ 1. Phrases interrogatives.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Безличные обороты с местоимением il.

2. Количественные числительные 40-100.

3. Относительные местоимения qui и que.

4. Вопросы к обстоятельству времени и образа действия.

5. Сообщение информации о месторасположении и плане отеля.

6. Замена артикля предлогом de после выражений, обозначающих количество.

7. Случаи неупотребления артикля.

8. Женский род и множественное число прилагательных.

9. Место наречий в предложении.

10. Деловая поездка, командировка в другую страну, город.

11. Французские предлоги.

12. Причины откладывания поездки.

13. Еда. Столовые приборы. Ресторанные услуги: рестораны, кафе, казино, бары.

14. Меню. В ресторане, кафе, баре. Умение заказать столик в кафе (ресторане). Счет.

Тема 1.1. A l'hôtel. В гостинице. Au magasin. За покупками. Au restaurant. В ресторане.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Безличные обороты с местоимением il.

2. Количественные числительные 40-100.

3. Относительные местоимения qui и que.

4. Вопросы к обстоятельству времени и образа действия.

5. Сообщение информации о месторасположении и плане отеля.

6. Забронировать номер в отеле. Описание номера.

7. Виды номеров.

8. Анулирование брони.

9. Покупки, сувениры.

10. Виды магазинов в России и Франции.

11. Питание. Виды питания.

12. Забронировать столик в ресторане. Попросить счет.

Тема 1.2. Вопросительные предложения.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Особенности спряжения некоторых глаголов 1-й группы.

2. Неопределенно-личное местоимение on.

3. Вопросы к обстоятельству времени и образа действия.

4. Вопросы к главным и второстепенным членам предложения.

5. Présent глаголов 3-й группы.

6. Ограничительный оборот ne … que.

РАЗДЕЛ 2. Passé composé

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Интонация предложения с вопросительным словом.

2. Наречия beaucoup и peu.

3. Притяжательные местоимения.

4. Указательные местоимения.

5. Обозначение дат во французском языке.

6. Случаи замены неопределенного артикля предлогом de.

7. Достопримечательности Москвы и других городов Российской Федерации.

8. Passé composé глаголов, спрягающихся с глаголом avoir.

9. Passé composé глаголов, спрягающихся с глаголом être.

10. Passé composé местоименных глаголов.

11. Связывание в passé composé.

Тема 2.1. Les curiosités de Moscou. Достопримечательности Москвы.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Интонация предложения с вопросительным словом.

2. Наречия beaucoup и peu.

3. Притяжательные местоимения.

4. Указательные местоимения.

5. Обозначение дат во французском языке.

6. Случаи замены неопределенного артикля предлогом de.

7. Достопримечательности Москвы. Пешеходные прогулки/автобусные экскурсии по улицам столицы. Посещение театров, музеев, храмов, выставок, концертов и т.д.

Тема 2.2. Сложное прошедшее время.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Интонация предложения с вопросительным словом.

2. Passé composé глаголов, спрягающихся с глаголом avoir.

3. Passé composé глаголов, спрягающихся с глаголом être.

4. Passé composé местоименных глаголов.

5. Связывание в passé composé.

РАЗДЕЛ 3. Futur simple

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Местоимения-дополнения.

2. Место местоимений дополнений при глаголе в повелительном наклонении.

3. Артикль и другие детерминативы с названиями дней недели.

4. Перемещение по городу. Общественный транспорт. Личные средства передвижения.

5. Обращаемся к прохожим и уточняем, что и где находится и как туда добраться.

6. Оборот il faut.

7. Неопределенное прилагательное tout.

8. Неопределенные местоимения.

9. Discours indirect.

10. Futur immédiat и passé immédiat.

11. Futur simple.

12. Gérondif.

Тема 3.1. En ville. В городе. On s’oriente. Ориентируемся в городе.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. 1. Местоимения-дополнения.

2. Место местоимений дополнений при глаголе в повелительном наклонении.

3. Артикль и другие детерминативы с названиями дней недели.

4. Ориентирование в городе: как пройти, как проехать.

5. Почта, интернет-кафе.

6. Городской вид транспорта.

Тема 3.2. Будушее время.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Оборот il faut.

2. Неопределенное прилагательное tout.

3. Местоименные глаголы.

4. Discours indirect.

5. Futur immédiat.

6. Passé immédiat.

7. Futur simple.

8. Gérondif.

МОДУЛЬ 4.

РАЗДЕЛ 1. Imparfait et Plus-que-parfait

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Туризм во Франции.
2. Своеобразие французского пространства. Французские регионы.
3. Особенность географического положения Франции.
4. Франция – гастрономическая столица мира.
5. Степени сравнения прилагательных.

6. Замена артикля предлогом de после выражений, обозначающих количество.

7. Случаи неупотребления артикля.

8. Женский род и множественное число прилагательных.

9. Место наречий в предложении.

10. Предлоги места и времени.

11. Многозначные предлоги.

12. Частичный артикль.

13. Местоимения en и y.

14. Наречия en и y.

15. Imparfait.

16. Plus-que-parfait.

17. Особенности употребления passé composé, imparfait и plus-que-parfait.

18. Особенности употребления passé composé, imparfait и plus-que-parfait.

19. Forme passive.

Тема 1.1. Tourisme en France. Туризм во Франции.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Туризм во Франции.
2. Своеобразие французского пространства. Французские регионы.
3. Особенность географического положения Франции.

4. Франция – гастрономическая столица мира.

5. Замена артикля предлогом de после выражений, обозначающих количество.

6. Случаи неупотребления артикля.

7. Женский род и множественное число прилагательных.

8. Место наречий в предложении.

9. Французские предлоги.

10. Местоимения en и y.

11. Наречия en и y.

12. Imparfait.

13. Plus-que-parfait.

14. Особенности употребления passé composé, imparfait и plus-que-parfait.

15. Forme passive.

Тема 1.2. Прошедшее незавершенное время. Давно прошедшее время.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Степени сравнения прилагательных.

2. Частичный артикль.

3. Местоимения en и y.

4. Наречия en и y.

5. Предлоги места и времени.

6. Многозначные предлоги.

7. Imparfait.

8. Plus-que-parfait.

9. Особенности употребления passé composé, imparfait и plus-que-parfait.

10. Forme passive.

РАЗДЕЛ 2. Adverbes

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Степени сравнения наречий.

2. Pronoms démonstratifs**.**

3. Предлоги места во французском языке.

4. Деловая поездка, командировка в другую страну, город.

4. Предлоги: простые, сложные и предлоги-причастия.

6. Причины откладывания поездки.

7. Числительные 200-1000.

8. Собирательные существительные.

9. Придаточные предложения обстоятельства времени.

10. Употребление времен в сложных предложениях с союзом si.

11. Глагольная конструкция aller/venir voir.

12. Глагольная конструкция aller/venir chercher.

13. Как представиться. Представление своей профессии, своего предприятия.

13. Как вести телефонные переговоры.

14. Приглашение к сотрудничеству.

Тема 2.1. Premiers contacts. Коммуникации с деловыми партнерами.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Степени сравнения наречий.

2. Pronoms démonstratifs**.**

3. Предлоги места во французском языке.

4. Предлоги: простые, сложные и предлоги-причастия.

5. Числительные 200-1000.

6. Собирательные существительные.

7. Самопрезентация. Презентация компании. Представление коллег.

8. Телефонные переговоры.

9. Приглашение к сотрудничеству.

Тема 2.2. Степени сравнения наречий.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Придаточные предложения обстоятельства времени.

2. Futur simple глаголов III группы.

3. Употребление времен в сложных предложениях с союзом si.

4. Глагольная конструкция aller/venir voir.

5. Глагольная конструкция aller/venir chercher.

РАЗДЕЛ 3. France. Франция. Pays francophones. Франкоговорящие страны.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Косвенная речь.

2. Косвенный вопрос.

3. Согласование времен.

4. Impératif.

5. Conditionnel.

6. Subjonctif.

7. Особые случаи образования множественного числа существительных.

8. Особые случаи образования множественного числа прилагательных.

Тема 3.1. Subjonctif. **Сослагательное наклонение.**

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Subjonctif.
2. Impératif.
3. Согласование времен.

Тема 3.2. Conditionnel. Условное наклонение.

Перечень изучаемых элементов содержания

1. Conditionnel.

2. Косвенная речь.

3. Косвенный вопрос.
4. Согласование времен.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)
Модуль 1 (Семестр 1)

Задание для самостоятельной работы
к Разделу 1. Caractéristiques du système phonétique de la langue française
Вопросы для самоподготовки

1. Ритмическая группа. Ударение внутри ритмической группы.
2. Артикль. Виды артикля.
3. Случаи употребления и неупотребления артикля.
4. Времена года.

Задание для самостоятельной работы к Разделу 2. Adjectif
Вопросы для самоподготовки:

1. Имя прилагательное. Образование женского рода прилагательных.
2. Согласование прилагательного с существительным в роде и числе.
3. Погода.
4. Время года, которое я люблю.
5. Климат в моей стране.

Задание для самостоятельной работы к Разделу 3. Présent
Вопросы для самоподготовки:

1. Présent глаголов I группы.
2. Présent глаголов III группы.

Модуль 2 (Семестр 2)

Задание для самостоятельной работы к Разделу 1. Article

Вопросы для самоподготовки:

1. Виды артикля.
2. Единственное и множественное число артикля.

Задание для самостоятельной работы к Разделу 2. Verbe français

Вопросы для самоподготовки:

1. Глагол.
2. Типы спряжения.

Задание для самостоятельной работы к Разделу 3. Présent de l'indicatif

Вопросы для самоподготовки:

1. Présent de l'indicatif.
2. Спряжение глаголов 1**,** 2 и 3 группы.
3. Présent местоименных глаголов.
4. Оборот c'est и ce sont.
5. Количественные числительные 1-10.
6. Безличный оборот il y a.

Модуль 3 (Семестр 3)

Задание для самостоятельной работы к Разделу 1. Phrases interrogatives

Вопросы для самоподготовки:

1. Безличные обороты с местоимением il.
2. Количественные числительные 11-100.
3. Относительные местоимения qui и que.
4. Вопросы к обстоятельству времени и образа действия.
5. Описание отеля. Номерного фонда отеля и услуг, которые предоставляет отель.
6. Особенности спряжения некоторых глаголов 1-й группы.
7. Неопределенно-личное местоимение on.
8. Вопросы к обстоятельству времени и образа действия.
9. Вопросы к главным и второстепенным членам предложения.
10. Présent глаголов 3-й группы.
11. Ограничительный оборот ne … que.

Задание для самостоятельной работы к Разделу 2. Passé composé

Вопросы для самоподготовки:

1. Интонация предложения с вопросительным словом.
2. Наречия beaucoup и peu.
3. Притяжательные местоимения.
4. Указательные местоимения.
5. Обозначение дат во французском языке.
6. Случаи замены неопределенного артикля предлогом de.
7. Достопримечательности Москвы.
8. Passé composé глаголов, спрягающихся с глаголом avoir.
9. Passé composé глаголов, спрягающихся с глаголом être.
10. Passé composé местоименных глаголов.
11. Связывание в passé composé.

Задание для самостоятельной работы к Разделу 3. Futur simple

Вопросы для самоподготовки:

1. Местоимения-дополнения.
2. Место местоимений дополнений при глаголе в повелительном наклонении.
3. Артикль и другие детерминативы с названиями дней недели.
4. Ориентируемся в городе.
5. Виды городского общественного транспорта.
6. Оборот il faut.
7. Неопределенное прилагательное tout.
8. Неопределенные местоимения.
9. Discours indirect.
10. Futur immédiat и passé immédiat.
11. Futur simple.
12. Gérondif.

Модуль 4 (Семестр 4)

Задание для самостоятельной работы к Разделу 1. Imparfait et Plus-que-parfait

Вопросы для самоподготовки:

1. Туризм во Франции.
2. Своеобразие французского пространства. Французские регионы.
3. Особенность географического положения Франции.
4. Франция – гастрономическая столица мира.
5. Степени сравнения прилагательных.
6. Замена артикля предлогом de после выражений, обозначающих количество.
7. Случаи неупотребления артикля.
8. Женский род и множественное число прилагательных.
9. Место наречий в предложении.
10. Предлоги места и времени.
11. Многозначные предлоги.
12. Частичный артикль.
13. Местоимения en и y.
14. Наречия en и y.
15. Imparfait.
16. Plus-que-parfait.
17. Особенности употребления passé composé, imparfait и plus-que-parfait.
18. Особенности употребления passé composé, imparfait и plus-que-parfait.
19. Forme passive.

Задание для самостоятельной работы к Разделу 2. Adverbes

Вопросы для самоподготовки:

1. Степени сравнения наречий.
2. Pronoms démonstratifs**.**
3. Предлоги места во французском языке.
4. Деловая поездка, командировка в другую страну, город.
4. Предлоги: простые, сложные и предлоги-причастия.
6. Причины откладывания поездки.
7. Числительные 200-1000.
8. Собирательные существительные.
9. Придаточные предложения обстоятельства времени.
10. Употребление времен в сложных предложениях с союзом si.
11. Глагольная конструкция aller/venir voir.
12. Глагольная конструкция aller/venir chercher.
13. Как представиться. Представление своей профессии, своего предприятия.
13. Как вести телефонные переговоры.

14. Приглашение к сотрудничеству.

Задание для самостоятельной работы
к Разделу 3. France. Франция. Pays francophones. Франкоговорящие страны
Вопросы для самоподготовки:

1. Косвенная речь.
2. Косвенный вопрос.
3. Согласование времен.
4. Impératif.
5. Conditionnel.
6. Subjonctif.
7. Особые случаи образования множественного числа существительных.
8. Особые случаи образования множественного числа прилагательных.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках

по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же

такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный

заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Модуль 1

1. Учебная дисциплина. **Второй иностранный язык**
2. Тема практического (семинарского) занятия. Caractéristiques du système phonétique de la langue française
3. Цели занятия: сформировать навыки коммуникации на иностранном языке (французский)
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 1.1. Интонационные особенности современного французского языка	индивидуальный устный опрос
2	Тема 1.2. Особенности фонетического оформления связной речи	индивидуальный устный опрос

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:
Форма практического задания: индивидуальный устный опрос
Темы:
1. Алфавит, его транскрипция и правила чтения.
2. Особенности фонетической системы современного французского языка.
3. Французский язык в мире.
4. Типы интонации.
5. Имя существительное. Род и число.
6. Существительное. Множественное число.
7. Повествовательные, вопросительные и восклицательные предложения.

1. Учебная дисциплина. **Второй иностранный язык**
2. Тема практического (семинарского) занятия. Adjectif
3. Цели занятия: сформировать навыки коммуникации на иностранном языке (французский)
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 2.1. Faisons connaissance. Biographie. Давайте познакомимся. Биография.	индивидуальный устный опрос
2	Тема 2.2. Имя прилагательное.	индивидуальный устный опрос

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

Форма практического задания: индивидуальный устный опрос

Темы:

1. Интонация предложения с вопросительным оборотом.
2. Сообщение информации о своих биографических данных: имя, фамилия, возраст, национальность, место рождения, жительства, работы, учебы.
3. Транскрипция.
4. Личные местоимения.
5. Вопрос к прямому дополнению.
6. Заполнение личной анкеты. Составление автобиографии.
7. Род и число прилагательных.
8. Согласование прилагательного и существительного в роде и числе.

Тема практического занятия: Adjectif

Форма практического задания: индивидуальный устный опрос

Темы:

1. Интонация предложения с вопросительным оборотом.
2. Сообщение информации о своих биографических данных: имя, фамилия, возраст, национальность, место рождения, жительства, работы, учебы.
3. Транскрипция.
4. Личные местоимения.
5. Вопрос к прямому дополнению.

1. Учебная дисциплина. **Второй иностранный язык**
2. Тема практического (семинарского) занятия. Présent.
3. Цели занятия: сформировать навыки коммуникации на иностранном языке (французский)
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 3.1. Les saisons. Le temps. Времена года. Погода.	индивидуальный устный опрос
2	Тема 3.2. Настоящее время гл. 1 и 3 группы. Impératif. Повелительное наклонение	индивидуальный устный опрос

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

Форма практического задания: индивидуальный устный опрос

Темы:

1. Ударение внутри ритмической группы. Сцепление и голосовое связывание.
2. Погода.
3. Présent глаголов 1 и 3 группы.

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Модуль 2

1. Учебная дисциплина. **Второй иностранный язык**
2. Тема практического (семинарского) занятия. Artícle

3. Цели занятия: сформировать навыки коммуникации на иностранном языке (французский)

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 1.1. Mon collègue étranger. Мой зарубежный коллега	доклад
2	Тема 1.2. Артикль.	индивидуальный устный опрос

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

Форма практического задания: индивидуальный устный опрос

Темы:

1. Сообщение информации о зарубежном партнере: имя, возраст, семейное положение, место жительства (страна, город), место работы, увлечения, хобби.
2. Виды артикля.
3. Единственное и множественное число артикля.

Форма практического задания: доклад

Темы:

1. Mon collègue étranger.

1. Учебная дисциплина. **Второй иностранный язык**

2. Тема практического (семинарского) занятия. Verbe français

3. Цели занятия: сформировать навыки коммуникации на иностранном языке (французский)

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 2.1. Ma journée de travail. Мой рабочий день	доклад
2	Тема 2.2. Глагол	индивидуальный устный опрос

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

1. Сообщение информации о своем рабочем дне, о повседневных занятиях, увлечениях, хобби.
2. Сообщение личной информации об учебном заведении, факультете, предприятии или организации где работаете. Выходной день.
3. Глагол.
4. Типы спряжения.

Форма практического задания: доклад

Темы:

1. Сообщение информации о своем рабочем дне, о повседневных занятиях, увлечениях, хобби. Мой выходной день.

1. Учебная дисциплина. **Второй иностранный язык**

2. Тема практического (семинарского) занятия. Présent de l’indicatif

3. Цели занятия: сформировать навыки коммуникации на иностранном языке (французский)

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 3.1. Vacances. Tourisme. Отпуск. Путешествия.	доклад
2	Тема 3.2. Настоящее время	индивидуальный устный опрос

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

1. Présent de l’indicatif.
2. Спряжение глаголов 1, 2 и 3 группы.
3. Présent местоименных глаголов.
4. Оборот c’est и ce sont.
5. Количественные числительные 1-30.
6. Безличный оборот il y a.

Форма практического задания: доклад

Темы:

1. Каникулы.
2. Отпуск.
3. Организация отдыха.
4. Путешествие по стране.

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Модуль 3

1. Учебная дисциплина. **Второй иностранный язык**

2. Тема практического (семинарского) занятия. Phrases interrogatives.

3. Цели занятия: сформировать навыки коммуникации на иностранном языке (французский)

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 1.1. Ma maison. Мой дом.	доклад
2	Тема 1.2. Вопросительные предложения.	индивидуальный устный опрос

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

1. Безличные обороты с местоимением il.
2. Количественные числительные 40-100.
3. Относительные местоимения qui и que.
4. Вопросы к обстоятельству времени и образа действия.
5. Сообщение информации о месторасположении и плане отеля.
6. Замена артикля предлогом de после выражений, обозначающих количество.

7. Случаи неупотребления артикля.
8. Женский род и множественное число прилагательных.
9. Место наречий в предложении.
10. Деловая поездка, командировка в другую страну, город.
11. Французские предлоги.
12. Причины откладывания поездки.
13. Еда. Столовые приборы. Ресторанные услуги: рестораны, кафе, казино, бары.
14. Меню. В ресторане, кафе, баре. Умение заказать столик в кафе (ресторане). Счет.

Форма практического задания: доклад
Темы:
1. Описание отеля.
2. Описание номерного фонда отеля.
3. Описание ресторана/кафе.

1. Учебная дисциплина. **Второй иностранный язык**
2. Тема практического (семинарского) занятия. Passé composé.
3. Цели занятия: сформировать навыки коммуникации на иностранном языке (французский)
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 2.1. Les curiosités de Moscou. Достопримечательности Москвы.	доклад
2	Тема 2.2. Сложное прошедшее время.	индивидуальный устный опрос

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:
1. Интонация предложения с вопросительным словом.
2. Наречия beaucoup и peu.
3. Притяжательные местоимения.
4. Указательные местоимения.
5. Обозначение дат во французском языке.
6. Случаи замены неопределенного артикля предлогом de.
7. Passé composé глаголов, спрягающихся с глаголом avoir.
8. Passé composé глаголов, спрягающихся с глаголом être.
9. Passé composé местоименных глаголов.
10. Связывание в passé composé.
11. Достопримечательности Москвы. Пешеходные прогулки/автобусные экскурсии по улицам столицы. Посещение театров, музеев, храмов, выставок, концертов и т.д.

Форма практического задания: доклад
Темы:
1. Москва – столица России.
2. Москва – старинный и современный город.
3. Достопримечательности столицы.
4. Экскурсия по историческому центру Москвы: пешеходная и автобусная.

1. Учебная дисциплина. **Второй иностранный язык**

2. Тема практического (семинарского) занятия. Futur simple

3. Цели занятия: сформировать навыки коммуникации на иностранном языке (французский)

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 3.1. En ville. В городе. On s'oriente. Ориентируемся в городе.	доклад
2	Тема 3.2. Будушее время.	индивидуальный устный опрос

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

1. Местоимения-дополнения.
2. Место местоимений дополнений при глаголе в повелительном наклонении.
3. Артикль и другие детерминативы с названиями дней недели.
4. Перемещение по городу. Общественный транспорт. Личные средства передвижения.
5. Обращаемся к прохожим и уточняем, что и где находится и как туда добраться.
6. Оборот il faut.
7. Неопределенное прилагательное tout.
8. Неопределенные местоимения.
9. Discours indirect.
10. Futur immédiat и passé immédiat.
11. Futur simple.
12. Gérondif.

Форма практического задания: доклад

Темы: Виртуальная прогулка по городу, по которому мы будем путешествовать.

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Модуль 4

1. Учебная дисциплина. **Второй иностранный язык**

2. Тема практического (семинарского) занятия. Imparfait et Plus-que-parfait.

3. Цели занятия: сформировать навыки коммуникации на иностранном языке (французский)

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 1.1. Tourisme en France. Туризм во Франции.	доклад
2	Тема 1.2. Прошедшее незавершенное время. Давно прошедшее время.	индивидуальный устный опрос

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

4. Туризм во Франции.
5. Своеобразие французского пространства. Французские регионы.
6. Особенность географического положения Франции.

4. Франция – гастрономическая столица мира.
5. Замена артикля предлогом de после выражений, обозначающих количество.
6. Случаи неупотребления артикля.
7. Женский род и множественное число прилагательных.
8. Место наречий в предложении.
9. Французские предлоги.
10. Местоимения en и y.
11. Наречия en и y.
12. Imparfait.
13. Plus-que-parfait.
14. Особенности употребления passé composé, imparfait и plus-que-parfait.
15. Forme passive.

Форма практического задания: доклад
Темы:
1. Франция – страна туризма.
2. Франция – гастрономическая столица мира.
3. Национальный характер французов.

1. Учебная дисциплина. **Второй иностранный язык**
2. Тема практического (семинарского) занятия. Adverbes
3. Цели занятия: сформировать навыки коммуникации на иностранном языке (французский)
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 2.1. Premiers contacts. Коммуникации с деловыми партнерами.	доклад
2	Тема 2.2. Степени сравнения наречий.	индивидуальный устный опрос

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:
1. Степени сравнения наречий.
2. Pronoms démonstratifs**.**
3. Предлоги места во французском языке.
4. Предлоги: простые, сложные и предлоги-причастия.
5. Числительные 200-1000.
6. Собирательные существительные.
7. Самопрезентация. Презентация компании. Представление коллег.
8. Телефонные переговоры.
9. Приглашение к сотрудничеству.
10. Придаточные предложения обстоятельства времени.
11. Futur simple глаголов III группы.
12. Употребление времен в сложных предложениях с союзом si.
13. Глагольная конструкция aller/venir voir.
14. Глагольная конструкция aller/venir chercher.

Форма практического задания: доклад
Темы:
1. Презентация турфирмы/агентства.
2. Коммуникации с деловыми партнерами.

3. Налаживание деловых отношений.

1. Учебная дисциплина. **Второй иностранный язык**

2. Тема практического (семинарского) занятия. France. Франция. Pays francophones. Франкоговорящие страны.

3. Цели занятия: сформировать навыки коммуникации на иностранном языке (французский)

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тема 3.1. Subjonctif. Сослагательное наклонение.	индивидуальный устный опрос
2	Тема 3.2. Conditionnel. Условное наклонение.	индивидуальный устный опрос

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

1. Косвенная речь.
2. Косвенный вопрос.
3. Согласование времен.
4. Impératif.
5. Conditionnel.
6. Subjonctif.
7. Особые случаи образования множественного числа существительных.
8. Особые случаи образования множественного числа прилагательных.

Форма практического задания: доклад

Темы:

1. Франкофония.
2. Краткий экскурс в историю Франции и ее отношения с колониями. Современный этап.
3. Географическое положение Франции. Административно-территориальное деление страны.
4. Достопримечательности Парижа.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ГЕОГРАФИЯ МИРОВОГО ТУРИЗМА

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.04.02 Туризм

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Стратегическое управление туристскими проектами

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических

данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретиче-

ских знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ТУРИЗМА

Тема лекционного занятия: Факторы и предпосылки развития мирового туризма. Рынок мирового туризма.

Цели занятия: сформировать систему знаний о факторах и предпосылках, влияющих на развитие мирового туризма, а также проанализировать рынок мирового туризма, состояние и тенденции

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Некоторые факторы и предпосылки развития мирового туризма:

Социально-экономические факторы. Активизация экономических связей между государствами, расширение международной торговли и совершенствование транспортных средств. Также к этой группе факторов относится повышение культурного уровня и стремление людей к познанию других стран и народов. 1

Демографические факторы. В результате роста народонаселения планеты увеличивается мировой туристский потенциал, в туристскую деятельность втягиваются новые людские ресурсы. 1

Материально-технические факторы. Развитие средств транспорта, размещения, связи, предприятий общественного питания, розничной торговли, сервиса. 1

Политико-правовые факторы. Политика государства по отношению к туризму, включая законодательные и нормативные акты, а также финансово-экономические меры по поддержанию и формированию туристской инфраструктуры. 2

Культурные факторы. Культурное наследие привлекает туристов, что приводит к генерированию массовых туристских потоков. 2

Технологические факторы. Создание возможностей для производства новых видов услуг, например, внедрение в индустрию туризма компьютерной техники. 3

Экологические факторы. В частности, сдерживают развитие туризма зоны радиоактивного и химического загрязнения.

По данным Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО), в 2023 году мировой туризм восстановился на 88% до допандемийного показателя. Количество международных прибытий по всему миру составило 1,3 млрд человек. 2

В лидерах восстановления — Ближний Восток, Европа и Африка. В 2023 году Ближний Восток стал единственным макрорегионом в мире, в котором количество международных прибытий превысило допандемийный уровень (+22% к 2019 году). Европа, самый посещаемый макрорегион в мире, достигла 94% от уровня 2019 года. Африка восстановила международный поток до 96%, Америка — до 90%. Азиатско-Тихоокеанский макрорегион завершил 2023 год с отставанием на 35% от 2019 года. 2

По оценкам UNWTO, доходы от мирового туризма в 2023 году составили 1,4 трлн долларов. Это на 7% меньше, чем в 2019 году. Общие экспортные доходы от туризма в 2023 году (включая пассажирские перевозки) оцениваются в 1,6 трлн долларов, что составляет почти 95% от показателя 2019 года. Вклад туризма в глобальный ВПП в 2023 году составил 3,3 трлн долларов, или 3%. 2

Ожидается, что международный туризм полностью восстановится до уровня, существовавшего до пандемии, в 2024 году. При этом первоначальные оценки указывают на рост на 2% по сравнению с уровнем 2019 года. 2

В 2024 году туристы по всему миру совершили около 1,4 млрд поездок. Это на 11%, или 140 млн путешествий, больше по сравнению с 2023-м. Таким образом, глобальная туристическая отрасль на 99% восстановилась до уровня, наблюдавшегося до начала пандемии COVID-19. Об этом

говорится в обзоре Всемирной туристской организации ООН, опубликованном 20 января 2025 года.

Отмечается, что Средний Восток демонстрирует самые высокие показатели по сравнению с 2019 годом: число международных прибытий в 2024 году достигло 95 млн, что на 32% выше показателя, наблюдавшегося до пандемии. Рост по отношению к 2023-му составил 1%. Африка приняла 74 млн гостей — на 7% больше, чем в 2019 году, и на 12% больше по сравнению с 2023-м.

Европейские страны в 2024 году посетили 747 млн туристов: рост по сравнению с 2019-м и 2023 годом составил соответственно 1% и 5%. Все европейские субрегионы превзошли допандемические показатели, за исключением Центральной и Восточной Европы, где популярность многих направлений снизилась в связи со сформировавшейся геополитической обстановкой. В Северной и Южной Америке зарегистрированы 213 млн туристов: здесь отрасль восстановилось на 97% по сравнению с допандемическими значениями. А страны Карибского бассейна и Центральной Америки в 2024-м превысили уровень 2019 года. Азиатско-Тихоокеанский регион посетили 316 млн туристов, но количество прибытий по итогам 2024 года составило 87% от допандемического уровня.

Значительный рост туристического потока в 2024 году по отношению к 2019-му отмечен по следующим направлениям: Сальвадор (+81%), Саудовская Аравия (+69%), Эфиопия (+40%), Марокко (+35%), Гватемала (+33%) и Доминиканская Республика (+32%). Ожидается, что рост международного туризма продолжится в течение 2025 года.

Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Мировые турпотоки и их распределение

Цели занятия: сформировать представление о Российской Федерации как об уникальной территории для развития внутреннего туризма, рассмотреть условия и ресурсы для туризма

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

После окончания Второй мировой войны начался период расцвета международного туризма. За четыре десятилетия (1950—1990 гг.) число прибытий в мире росло в среднем на 7,1 % в год, и к 1990 г. ежедневно число людей, находящихся в заграничной поездке, насчитывало более одного миллиона.

Если в 1950 г. число прибытий международных туристов составило свыше 25 млн, то к 1990 г. оно достигло 455 млн. За этот период международный туризм был подвержен влиянию ряда факторов, которые могли значительно помешать его развитию. К таким факторам можно отнести экономические спады, колебания валютных курсов, нестабильные цены на нефть. Но желание людей путешествовать оказалось сильнее всех этих факторов.

Развитие туризма всегда характеризовалось большой неравномерностью. Это относится и к его темпам роста, и к масштабам развития, и к географии туристских потоков. Основные географические закономерности распределения мировых туристских потоков стожились уже достаточно давно. Современный этан развития в целом подтверждает присущие международному туризму закономерности формирования и пространственного распространения мировых туристских потоков, но также формирует и его новые особенности.

Регионы, где межрегиональные потоки преобладают над внутрирегиональными — это Ближний Восток и Африканский регион, где только 45—47% туристов являются представителями этого же региона, а большинство туристов приезжает из других регионов мира.

Безусловно, туристский обмен между регионами развивается. Этому способствует либерализация и глобализация экономической жизни, развитие транспорта и современных информационных технологий. Однако по прогнозу UNWTO к 2030 г. не стоит ожидать существенных изме-

нений этого показателя в пользу межрегиональных поездок, хотя раньше предполагалось, что число дальних поездок будет расти гораздо быстрее, чем внутрирегиональных. Возможно, это связано с тем, что в современной экономической ситуации при снижении расходов на отдых и сокращении его продолжительности туристы выбирают более близкие дестинации. Не стоит забывать и об отсутствии языкового барьера, упрощенных туристских формальностях и других преимуществах туризма в сопредельные страны.

Большая часть туристских обменов совершается между странами - соседями. Примеры проявления этой тенденции можно найти в любом из туристских регионов мира. Так, активный взаимный обмен туристскими потоками идет между Скандинавскими странами, странами Южной Америки (особенно между Бразилией, Аргентиной, Парагваем, Уругваем и Чили), странами СНГ, странами Юго-Восточной Азии и т.п. В то же время заметна проявляющаяся в потребительском спросе тенденция к поездкам в сильно отличающиеся по природным и культурным особенностям страны, в том числе тенденция к поиску экзотических дестинаций в туризме.

В результате *складывается преобладающая меридиональная направленность основных внутриконтипентальпых туристских потоков.* Внутри Европейского, Американского и Азиатско-Тихоокеанского регионов четко прослеживаются потоки туристов с целями, в первую очередь, купальнопляжного отдыха из более северных стран в более южные. К числу таких потоков относятся поездки из стран Северной и Западной Европы в средиземноморские страны, туристские потоки из США и Канады в страны Карибского бассейна, поездки туристов из Японии в страны Юго-Восточной Азии и т.п. Можно также отметить и увеличивающиеся обратные потоки в более северные страны, с целями, например, познавательного, делового, экологического и других видов туризма. Туристские потоки в странах Ближнего Востока имеют более сложную, в том числе и широтную, направленность, обусловленную иными целями туристских поездок (например, паломничеством).

Основные туристские потоки (подробнее они рассматриваются в главе 7) *возникают в развитых странах мира и одновременно тяготеют к ним.* Однако стоит отметить, что в сферу туристской деятельности все активнее вовлекаются новые страны и регионы, развивающиеся опережающими темпами. Сегодня можно уже говорить о том, что большинство стран мира (за исключением экономически наименее развитых или стран со сложной политической обстановкой) в той или иной степени охвачены туристской деятельностью. В последние годы отмечается появление и рост новых туристских центров и стран, вполне конкурентоспособных традиционным туристским лидерам мира.

С точки зрения географической направленности можно выделить страны, принимающие и отправляющие туристов. Среди стран, направляющих туристов, наиболее сильны позиции у развитых стран, обеспечивающих своему населению высокие стандарты жизни: Германии, США, Японии, Великобритании, Франции. Поэтому именно в этих странах проходят туристические выставки и ярмарки. Новейшие индустриальные экономики Южной Кореи, Сянгана, Тайваня и Сингапура, а также стран Юго-Восточной Азии, включая Таиланд, Малайзию и Индонезию, способны поддержать сильный экономический рост, в результате которого развивается средний класс — буржуазия. Оплачиваемое время отдыха и возрастающий доход этого класса расходуются, в частности, на международные путешествия. Таким образом, формируются новые туристические направления, например, страны Юго-Восточной Азии — Австралия.
Реформы общественных отношений, введение рыночной экономики способствовали развитию выездного туризма в России и странах СНГ, где после долгих лет «железного занавеса» появилась возможность «утолить жажду» в международных путешествиях.
Среди стран, принимающих туристов, выделяются США, Испания, Италия, Франция. Все более увеличиваются потоки туристов в Развивающиеся и постсоциалистические страны, такие, например: Китай, Турция, Таиланд, Малайзия и др. Развитые страны осуществляют масштабные инвестиции в туристическую инфраструктуру развивающихся государств. Вместе с тем, не стоит забывать, по данным Всемирного банка, около половины всех доходов от туризма уходит из развивающихся в развитые страны. Европейские страны принимают наибольшее число иностранных туристов. Туристские потоки в основном

направлены в центры отдыха Западной и Южной Европы (Франция, Испания, Италия). Великобритания известна образовательным туризмом, а Северная Европа (Скандинавия и Ирландия) специализируются на экологическом туризме. Америка является вторым после Европы регионом по числу иностранных туристов. Это Южная, Центральная и Северная Америки, острова Карибского бассейна. Половина международных прибытий в регион приходится на США и Канаду, а европейцы занимают здесь 1-е место — 15 %. Восточная Азия и Тихоокеанский регион находится на третьем месте в мире по уровню развития туризма.В основном это индустриальные страны — активные экспортёры товаров: Малайзия, Сингапур, Южная Корея, Таиланд, Индонезия, Индия, Пакистан, Тайвань. Хорошо развит туризм в Австралии и Новой Зеландии, в Меланезии и Микронезии. Отдых на островах Тихого океана выигрывает от относительной близости австралийского рынка и имеет хороший имидж в Европе. В Африке наиболее популярные места отдыха туристов расположены: на севере — Тунис, Египет, Марокко; на востоке — Кения, Танзания, Сейшельские острова, Мавритания, Зимбабве. На юге Африки популярным туристским центром является ЮАР, которая возглавляет список первых стран континента по прибытиям и поступлениям.

Раздел 2. ОСНОВНЫЕ МИРОВЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ, ИХ СПЕЦИФИКА И СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ. ТУРИСТСКОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ

Тема лекционного занятия: Тема 2.1. Характеристика туризма в Европейском и Американском макрорегионах

Цели занятия: сформировать систему знаний о туристско-рекреационном районировании территории РФ, районообразующих признаках

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) выделяет в мире шесть туристских макрорегионов (рис. 2.3) (по составу они несколько отличаются от тех, которые выделяют в отечественной географии).

1. Европейский макрорегион — страны Западной, Северной, Южной и Восточной Европы, включая все республики бывшего СССР, а также страны Восточного Средиземноморья — Израиль, Кипр, Турция.

В данный макрорегион направляются около 51 % мировых путешественников, которые приносят около 41% всех доходов от туризма.

ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТСКИХ РЕГИОНОВ ПО КЛАССИФИКАЦИИ ЮНВТО

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) выделяет в мире шесть туристских макрорегионов (рис. 2.3) (по составу они несколько отличаются от тех, которые выделяют в отечественной географии).

1. Европейский макрорегион — страны Западной, Северной, Южной и Восточной Европы, включая все республики бывшего СССР, а также страны Восточного Средиземноморья — Израиль, Кипр, Турция.

В данный макрорегион направляются около 51 % мировых путешественников, которые приносят около 41% всех доходов от туризма.

1 — Американский макрорегион, 2 — Европейский макрорегион, 3 — Азиатско-Тихоокеанский макрорегион, 4 — Ближневосточный макрорегион, 5 — Африканский макрорегион, б — Южноазиатский макрорегион

Основными факторами лидерства данного макрорегиона в международном туризме являются:

• наличие здесь разнообразных рекреационных ресурсов — природных и культурно-исторических;

• действие таких социально-экономических и инфраструктурных факторов, как высокий средний уровень жизни, урбанизация, транспортная подвижность;

• предпочтение населения отдыхать за границами своей страны, но в пределах своей СКС;

• наличие развитой индустрии туризма, предлагающей высокий уровень сервиса.

Для стран Европейского макрорегиона характерны диверсифицированный рынок туризма, где представлены практически все известные виды путешествий, а также высокая интенсивность обмена туристами. Эти страны генерируют инновации в сфере туризма, которые затем получают распространение во всем мире.

Западная Европа занимает первое место и по числу туристских прибытий, и по денежным поступлениям от туризма.

Южная, Средиземноморская Европа лишь немного отстает от Западной. На два этих субрегиона вместе приходится около 2/3 всех прибытий туристов в Европу.

Восточная Европа занимает третье место: ее доля в прибытиях превышает 1/5, но в поступлениях от туризма она в два раза ниже из-за более низких цен и худшего качества туристского обслуживания.

Северная Европа привлекает еще меньше туристов, но, несмотря на это, по доходам от туризма она опережает страны Восточной Европы.

Замыкают этот перечень страны Восточного Средиземноморья, где Израиль специализируется на паломничестве и бальнеологическом туризме.

2. Американский макрорегион — страны Северной, Южной, Центральной Америки, островные государства и территории Карибского бассейна — занимает второе место в мире

по числу приезжающих туристов — 20% мирового показателя. Еще более значительна доля региона в доходах от туризма — она достигает 22% мировых поступлений.

США являются безусловным лидером по туристским посещениям и денежным поступлениям: 20% всех прибытий и 25% поступлений. Страна располагает самой мощной в мире гостиничной инфраструктурой и огромными природными рекреационными ресурсами. Главная специализация США в международном туризме — познавательный туризм, чрезвычайно развиты развлекательный, пляжный, экологический виды туризма.

Канада и Мексика занимают второе и третье место в регионе по развитию туризма.

Среди туристских субрегионов Америки особое место занимает Карибский бассейн, который иногда называют «Карибское Средиземноморье». Развитию туризма здесь способствуют, с одной стороны, тропический климат с мягкой зимой, богатая растительность, обилие хороших пляжей, наличие многих культурно-исторических достопримечательностей, а с другой — соседство с таким крупнейшим потребителем туристских услуг, как США. Кроме того, правительства большинства стран Карибского бассейна осуществляют государственную поддержку этого вида бизнеса. В результате «Карибское Средиземноморье» превратилось, пожалуй, в наиболее специализированный туристский район всего мира, где туризм стал основным способом привлечения иностранной валюты, необходимой для решения многих социально-экономических проблем стран этого региона. Ежегодно он принимает не менее 15 млн туристов, а доля доходов от международного туризма в его ВВП в среднем составляет около 1/3. Особенно выделяется Карибский бассейн по морским круизам, которые рассчитаны, прежде всего, на американских туристов. В наши дни в этом бассейне концентрируется 3/4 всех морских круизов в мире. ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТСКИХ РЕГИОНОВ ПО КЛАССИФИКАЦИИ ЮНВТО **Всемирная туристская организация (ЮНВТО) выделяет в мире шесть туристских макрорегионов (рис. 2.3) (по составу они несколько отличаются от тех, которые выделяют в отечественной географии). 1. Европейский макрорегион — страны Западной, Северной, Южной и Восточной Европы, включая все республики бывшего СССР, а также страны Восточного Средиземноморья — Израиль, Кипр, Турция. В данный макрорегион направляются около 51 % мировых путешественников, которые приносят около 41% всех доходов от туризма.**

1 — Американский макрорегион, 2 — Европейский макрорегион, 3 — Азиатско-Тихоокеанский макрорегион, 4 — Ближневосточный макрорегион, 5 — Африканский макрорегион, б — Южноазиатский макрорегион

Основными факторами лидерства данного макрорегиона в международном туризме являются:

- • наличие здесь разнообразных рекреационных ресурсов — природных и культурно-исторических;
- • действие таких социально-экономических и инфраструктурных факторов, как высокий средний уровень жизни, урбанизация, транспортная подвижность;
- • предпочтение населения отдыхать за границами своей страны, но в пределах своей СКС;
- • наличие развитой индустрии туризма, предлагающей высокий уровень сервиса.

Для стран Европейского макрорегиона характерны диверсифицированный рынок туризма, где представлены практически все известные виды путешествий, а также высокая интенсивность обмена туристами. Эти страны генерируют инновации в сфере туризма, которые затем получают распространение во всем мире.

Западная Европа занимает первое место и по числу туристских прибытий, и по денежным поступлениям от туризма.

Южная, Средиземноморская Европа лишь немного отстает от Западной. На два этих субрегиона вместе приходится около 2/3 всех прибытий туристов в Европу.

Восточная Европа занимает третье место: ее доля в прибытиях превышает 1/5, но в поступлениях от туризма она в два раза ниже из-за более низких цен и худшего качества туристского обслуживания.

Северная Европа привлекает еще меньше туристов, но, несмотря на это, по доходам от туризма она опережает страны Восточной Европы.

Замыкают этот перечень страны Восточного Средиземноморья, где Израиль специализируется на паломничестве и бальнеологическом туризме.

2. Американский макрорегион — страны Северной, Южной, Центральной Америки, островные государства и территории Карибского бассейна — занимает второе место в мире по числу приезжающих туристов — 20% мирового показателя. Еще более значительна доля региона в доходах от туризма — она достигает 22% мировых поступлений.

США являются безусловным лидером по туристским посещениям и денежным поступлениям: 20% всех прибытий и 25% поступлений. Страна располагает самой мощной в мире гостиничной инфраструктурой и огромными природными рекреационными ресурсами. Главная специализация США в международном туризме — познавательный туризм, чрезвычайно развиты развлекательный, пляжный, экологический виды туризма.

Канада и Мексика занимают второе и третье место в регионе по развитию туризма.

Среди туристских субрегионов Америки особое место занимает Карибский бассейн, который иногда называют «Карибское Средиземноморье». Развитию туризма здесь способствуют, с одной стороны, тропический климат с мягкой зимой, богатая растительность, обилие хороших пляжей, наличие многих культурно-исторических достопримечательностей, а с другой — соседство с таким крупнейшим потребителем туристских услуг, как США. Кроме того, правительства большинства стран Карибского бассейна осуществляют государственную поддержку этого вида бизнеса. В результате «Карибское Средиземноморье» превратилось, пожалуй, в наиболее специализированный туристский район всего мира, где туризм стал основным способом привлечения иностранной валюты, необходимой для решения многих социально-экономических проблем стран этого региона. Ежегодно он принимает не менее 15 млн туристов, а доля доходов от международного туризма в его ВВП в среднем составляет около 1/3. Особенно выделяется Карибский бассейн по морским круизам, которые рассчитаны, прежде всего, на американских туристов. В наши дни в этом бассейне концентрируется 3/4 всех морских круизов в мире.

Тема 2.2. Характеристика туризма в Азиатском, Африканском и Австралийском макрорегионах

Цели занятия: сформировать систему знаний о видах туризма, получивших развитие в РФ, перспективах их развития, проблемах, а также географии распространения этих видов туризма

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Азиатский макрорегион: это самый бурно развивающийся туристский макрорегион мира. В нём преобладает внутрирегиональный туризм (около 4/5). Ведущее место принадлежит Восточной Азии, в первую очередь благодаря Японии, Китаю, Республике Корея и Тайваню. На втором месте — Юго-Восточная Азия (особенно Малайзия, Сингапур). В регионе развиты различные виды туризма: новые индустриальные страны (Малайзия, Корея, Тайвань, Сингапур) специализируются на деловом туризме, Китай и Сингапур предлагают условия для шопинг-туризма, а Япония, Корея и Тайвань — разнообразную индустрию развлечений. Культурно-познавательный туризм развивается в Китае, Таиланде, Японии. Пляжный туризм характерен для Индонезии (о. Бали) и Таиланда. 45

Африканский макрорегион: международный туризм здесь развит слабо (около 3% мировых посещений и 3% валютных поступлений). Это связано с высоким уровнем эндемичных заболеваний, низким уровнем сервиса, политической нестабильностью, слаборазвитой инфраструктурой туризма и высокими ценами на туристские продукты. Основными туристами в макрорегионе являются сами жители африканских стран. Туристские потоки направляются в основном из Европы в три туристских региона — Северную, Восточную и Южную Африку. В Северной Африке больше половины гостей направляются в Марокко и Тунис, специализирующихся на пляжном туризме. В Восточной Африке лидируют Кения и Танзания, которые специализируются на экологическом туризме. В Южной Африке главной принимающей страной является ЮАР, где в отличие от других африканских стран хорошо развита транспортная система и существует обширная гостиничная сеть. В этой стране развиты познавательный, деловой, пляжный, экологический виды туризма. 5

Австралийский макрорегион: Австралия и Новая Зеландия развивают культурно-познавательный и экологический виды туризма, а регионы Океании (Меланезия, Микронезия и Полинезия) специализируются на пляжном туризме.

Макрорегион Юго-Восточной Азии и Океании – самый большой по пространственному охвату макрорегион мира.

Юго-Восточная Азия (ЮВА) – регион, расположенный на крайнем юго-востоке Евразии и прилегающих островных групп общей площадью 4,5 млн км2. Свыше 1/2 территории региона занимают полуостров Индокитай (третье место в мире по площади) и горные районы к северо-востоку от него. Островная часть ЮВА – Малайский архипелаг, состоящий из более чем 20 тыс. островов (только 5 имеют площадь свыше 100 тыс. км2). Берега ЮВА омываются водами Тихого и Индийского океанов. В состав региона входят 11 стран – Бруней, Вьетнам, Индонезия, Камбоджа, Лаос, Малайзия, Мьянма, Сингапур, Таиланд, Тимор-Лесте и Филиппины.

Океания – это более 7 тысяч островов в Тихом океане. Она делится на 3 части: Меланезию – юго-западную часть океана, где расположены 4 суверенных государства (Папуа – Новая Гвинея, Соломоновы острова, Вануату и Фиджи), Микронезию – северо-западную часть океана, где расположены 3 суверенных государства (Федеративные Штаты Микронезии, Маршалловы острова и Палау), Полинезию, протянувшуюся в меридиональном направлении в центральной части океана, где сосредоточено 6 государств (Новая Зеландия, Самоа, Кирибати, Науру, Тонга и Тувалу).

Материковая и островная части ЮВА имеют единую историю и много общего в современном устройстве поверхности: сильное расчленение рельефа, в котором горные разновозрастные массивы сочетаются с низменностями, расположенными в дельтах крупнейших рек (на Индокитайском полуострове) и в прибрежных неширокихрайонах (на островах Малайского архипелага и

полуострове Малакка). В ЮВА, особенно в ее островной части, много вулканов, в том числе действующих.

Азиатско-Тихоокеанский туристский макрорегион

Большинство островов Океании относятся к вулканическим и коралловым, часть из них является вершинами подводных хребтов. Имеются и материковые острова. Вдоль восточного побережья Австралии протягивается на 2300 км Большой Барьерный риф.

ЮВА располагается в 2 климатических поясах: экваториальном (большая часть Малайского архипелага) и субэкваториальном, или экваториальных муссонов (+26 °С), которые имеют малые сезонные колебания (в 2–3°) в островной части региона и более сильные – в некоторых районах на материке. Огромно влияние муссонных ветров, чередование которых обуславливает смену сухого и дождливого сезонов. Западная часть региона в целом более влажная. Сильная расчлененность рельефа способствует большому разнообразию климата.

Большая часть Океании расположена в экваториальном, субэкваториальном и тропическом поясах. Только Новая Зеландия и прилегающие к ней острова – в субтропическом и умеренном. Климат Океании теплый, мягкий, особенно благоприятный для отдыха. Колебания температуры по сезонам и в течение суток невелики.

В странах ЮВА более 1/2 территории занимают леса. Встречается более 2 тыс. видов деревьев.

Много пальм, бананов, бамбуков, орхидей, папоротников, мхов. Из животных интерес представляют слоны, носороги, дикие быки, тигры, пантеры, обезьяны. На растительность и животный мир Океании сильнее всего повлияла изолированность от остального мира. Здесь нет ни хищников, ни ядовитых змей. Природные комплексы коралловых островов тесно связаны с океаном. Здесь обитают животные, ведущие земноводный образ жизни. На многих атоллах гнездятся морские птицы. Острова Новой Зеландии знамениты гейзерами и эндемиками растительного и животного мира.

Население ЮВА и Океании составляет соответственно 530 млн человек и 12 млн человек. Абсолютное большинство населения – это южноазиатская малая раса, где сочетаются монголоидные признаки и австралоидные черты. Острова Океании сначала заселялись папуасами – представителями австралоидной расы. Позже сюда пришли люди монголоидной расы, в результате чего сформировались меланезийцы и микронезийцы.

Африканский макрорегион – это государства континентальной Африки, расположенные к югу от пустыни Сахара, а также ряд островных государств и территорий в Атлантике и Индийском океане (более 69 стран). Площадь 24,3 млн км2. Выделяются 4 региона – Западная, Центральная, Восточная и Южная Африка.

Рельеф – преимущественно равнинный. Для Восточной Африки характерны глубокие трещины и проломы в земной коре. С севера на юг тянется Восточно-Африканский рифт-масштабный разлом, отдельные участки которого обрамлены гигантскими обрывами и глубокими озерами. Климатические условия региона сформировались под воздействием ряда факторов. Первый фактор – это близость к экватору значительного числа государств Африки южнее Сахары. Однако формированию под его воздействием жаркого и влажного климата в ряде стран препятствует второй фактор – близость к Сахаре с ее жаркими, но сухими воздушными массами. Третий фактор – это особенность конфигурации Африканского континента, в частности, его сужения по направлению на юг. Благодаря этой особенности океаническое влияние в Южной Африке простирается вглубь региона. Четвертый фактор – отсутствие на Африканском континенте высоких и пространственно вытянутых горных массивов (горные хребты тянутся только от

Эфиопского нагорья до гор Кения, Килиманджаро и гряды Рувензори). С этим связано то обстоятельство, что различные климатические зоны в регионе привлекают тенденцию «входить» одна в другую.

Население в макрорегионе 674 млн человек. Оно частично относится как к негроидной расе, так к смешанным расовым группам. Основные виды религий – христианство, анимисты и ислам. Подавляющее большинство африканских государств до 60-70-х гг. прошлого столетия были колониями. Сейчас это практически все независимые страны. Среди других макрорегионов Африка занимает особое положение. Ее крайние точки на севере и юге примерно одинаково удалены от экватора. Большая часть континента расположена между двумя тропиками в экваториальном, субэкваториальных и тропических поясах. Южная ее окраина заходит в субтропики. Береговая линия Африки слабо изрезана. Благодаря своему местоположению Африка является самым жарким материком на Земле. Особенно выделяется пустыня Сахара.

Раздел 3. ТРАДИЦИОННЫЕ И СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА И ИХ ГЕОГРАФИЯ

Тема 3.1. Традиционные виды туризма и тенденции в их развитии

Цели занятия: сформировать систему знаний о видах туризма и тенденциях в мире, перспективах их развития, проблемах, а также географии распространения этих видов туризма

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Туризм крайне многообразен и полон возможностей, и сейчас он процветает как никогда раньше. Современный человек может выбрать направление, которое идеально соответствует его интересам, бюджету и целям. Хотите расслабиться на пляже или покорить горную вершину? Погрузиться в историю древних цивилизаций или попробовать экзотические блюда местной кухни? Все это и многое другое в нашем мире становится доступно все большему количеству людей. Перечислим основные виды туризма, которые популярны в мире в 2025 году, и кратко охарактеризуем каждый из них, чтобы вы могли лучше понять, к какому типу стоит присмотреться именно вам. Ведь путешествия – это не просто перемещение из точки А в точку Б, это способ расширить свой кругозор, получить новые впечатления и даже изменить свою жизнь.

Некоторые традиционные виды туризма:

- **Культурно-познавательный**. Предполагает осмотр достопримечательностей, памятников истории, архитектуры, посещение музеев, художественных галерей.
- **Религиозный или паломнический**. Включает посещение храмов, соборов, монастырей и прочих святынь.
- **Оздоровительный**. Связан с отдыхом в санаториях, на курортах с лечебной водой, грязями, чистым воздухом.
- **Активный**. Включает занятия спортом, рыбалку, охоту, посещение аттракционов.
- **Рекреационный**. Предполагает отдых на пляжах, купание в море, беззаботное времяпрепровождение.

Некоторые тенденции в развитии туризма:

- **Рост спроса на рекреационный туризм**. Люди всё больше стремятся найти баланс между работой и отдыхом, заботиться о своём здоровье и качестве жизни.

- **Развитие экотуризма**. Всё больше людей стали осознавать важность сохранения природы и желают принимать активное участие в охране окружающей среды.
- **Рост интереса к этнотуризму**. Например, в России развивается туризм на Крайнем Севере с целью ознакомления с бытом и традициями малочисленных народов, находящихся под угрозой исчезновения.
- **Развитие агротуризма**. Этот вид туризма предполагает поездки на ферму или ранчо, в том числе выполнение различных обязанностей.

Рекреационный отдых — это классика, которая никогда не выходит из моды. Он направлен на восстановление сил, расслабление и получение удовольствия от простых радостей жизни.

- Цели: релаксация и восстановление сил, отдых от городской суеты и снижение уровня стресса
- Условия: бронирование комфортабельных отелей, выбор пляжных направлений.
- Пример: отдых на курортах Турции, Египта, Таиланда или на тропических островах

Лечебно-оздоровительный отдых подразумевает посещение процедур и практик, улучшающих здоровье. Он идеально подходит для тех, кто хочет восстановить силы и решить проблемы со здоровьем. Представьте, как вы расслабляетесь в термальных источниках или проходите курс массажа в санатории.

- Цели: восстановление здоровья и улучшение качества жизни.
- Условия: медицинское обследование перед поездкой, выбор подходящего курорта.
- Пример: отдых в санаториях Кисловодска, Баден-Бадена или Карловых Варах.

Тема 3.2. Современные и перспективные виды туризма и тенденции в их развитии

Цели занятия: сформировать систему знаний о видах туризма и тенденциях в мире, перспективах их развития, проблемах, а также географии распространения этих видов туризма

Методы и средства обучения, основные методические приемы:

объяснительно-иллюстративный метод обучения, приемами реализации которого являются изложение материала лекции, объяснение, показ практического примера;

частично-поисковый метод обучения, приемами реализации которого является эвристическая беседа.

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Некоторые современные и перспективные виды туризма и тенденции в их развитии:

Современные тренды:

- **Нешаблонный туризм и персонализация**. Люди хотят не просто отдыхать, а проживать путешествие — пробовать, узнавать, участвовать. Востребованы индивидуальные маршруты с учётом интересов, вместо типовых экскурсий — мастер-классы у местных ремесленников, вместо гостиниц в центре — фермерские дома. 1
- **Самостоятельный туризм и путешествия «под себя»**. Сервисы, например AI Trip Planner, анализируют предпочтения и создают маршрут по заданным параметрам. Система подбирает не только отели и билеты, но и рекомендации по ресторанам, музеям и видам активностей — всё с учётом интересов туриста.
- **Гастрономические туры**. Популярность гастротуров растёт: это способ не просто попробовать национальные блюда, но прикоснуться к культуре страны через еду.
- **Кинотуризм**. Путешествия по мотивам любимых фильмов и сериалов.

- **Комбинированные туры**. Путешественники всё чаще выбирают маршруты, которые подходят сразу для нескольких поколений. Семейные поездки теперь включают развлечения для детей, гастрономические локации для взрослых и комфортный отдых для старшего поколения. 1
Перспективные направления туризма: в 2025 году ожидается всплеск интереса к непопулярным странам и отдельным местам. Среди таких стран — Камерун, Литва, Фиджи, Лаос, Казахстан и Парагвай. 2
Некоторые перспективные тренды:
- **Путешествия для наблюдения за природными явлениями**. Туризм в стиле The Phenomena-List позволяет увидеть уникальные природные явления, среди которых Кровавый водопад в Антарктиде, Малиновое озеро на Алтае, Долина гейзеров на Камчатке и многое другое. 2
- **Спортивный и музыкальный туризм**. Крупное спортивное или музыкальное событие становится главным чекпоинтом путешествия. В последнее время у туристов в почёте футбольные и теннисные матчи, юбилейные концерты мировых исполнителей.

Тенденции в развитии международного туризма

Технологические инновации в международном туризме

Современные технологии играют ключевую роль в развитии международного туризма, предоставляя инновационные инструменты для анализа и управления туристскими потоками. Пространственный анализ, как новая технологическая парадигма, предоставляет возможность получения и обработки больших объемов разнообразных данных о поведении туристов. Эти данные, связанные с конкретными местностями, чрезвычайно важны для туристической индустрии, так как они позволяют более точно исследовать структуры и динамику туристских потоков. «Появление моделей и инструментов пространственного анализа дают возможность получать большие объемы разнородных данных о потребительском поведении клиентов, привязанных к местности, что актуально для туристской индустрии с целью исследования структуры туристских потоков территорий». Это способствует более эффективному планированию и управлению, что в итоге улучшает весь процесс туристического обслуживания.

Огромное значение в понимании предпочтений туристов приобретает геолокация, активно используемая в мобильных устройствах. Эта технология предоставляет туристическим компаниям возможность более детально картографировать движения клиентов внутри туристского направления. В результате такого анализа можно значительно улучшить пользовательский опыт, предложив персонализированные предложения и услуги. Геолокация в смартфонах позволяет получить более точную картину перемещений туристов внутри туристского направления, а также узнать о характеристиках и предпочтениях путешественников [1]. Такие данные оказались весьма актуальными в контексте повышения качества предоставляемых услуг, уделяя внимание индивидуальным потребностям каждого клиента, что в свою очередь способствует увеличению их удовлетворенности.

С помощью технологий и моделей пространственного анализа туристическая индустрия стала более гибкой и способной быстро адаптироваться к изменениям в потребительских предпочтениях. Эти инструменты позволяют не только улучшать планировку и управление туристскими маршрутами, но и эффективно реагировать на изменения, вызванные, например, внешними факторами, такими как пандемии или изменения в законодательстве. Данные технологии также могут быть полезны при разработке новых предложений, которые учитывают экологические и культурные аспекты туризма, превращая прежние вызовы в новые возможности для укрепления рыночных позиций туроператоров. Таким образом, развитие этих технологий продолжает расширять границы возможного в туризме, создавая более устойчивую и адаптивную индустрию будущего.

Экологические инициативы и устойчивый туризм

Экологический туризм становится неотъемлемой частью туристической индустрии, привлекая внимание на сохранение окружающей среды и использование натуральных ресурсов. В России этот вид туризма активно развивается на особо охраняемых природных территориях, предоставляя уникальные возможности для путешественников насладиться природными красотами без ущерба для экосистемы. Это отражается в распространении экологического туризма на национальном уровне, что подчеркивает важность защиты природных достояний и стратегического управления туристическими объектами. Как отмечает Сухов, экологический туризм получил широкое распространение в России, особенно на особо охраняемых природных территориях, что открывает большие возможности для его развития

Зеленые технологии и практики выступают основой для продвижения экологического туризма, основная цель которого — минимизация негативного воздействия на природу.Туристические компании внедряют эко-рекламу и цифровые технологии для привлечения нового поколения путешественников, которые осознают значимость устойчивых практик и стремятся к ответственным путешествиям. Акцент на экологическое сознание и разработку экодружественных предложений помогает улучшить имидж компаний и удерживать клиентов, чувствительных к вопросам экологии. Такие инициативы не только способствуют развитию бренда, но и способствуют сохранению природных ресурсов для будущих поколений.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Раздел 1. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ТУРИЗМА

Тема занятия: Тема 1.1. Факторы и предпосылки развития мирового туризма. Рынок мирового туризма.

Формы практических заданий: дискуссии; проект

Вопросы к обсуждению:

1. Факторы и предпосылки развития мирового туризма.
2. Рынок мирового туризма.

Темы проектов

1. История мирового туризма
2. Современные факторы и предпосылки развития мирового туризма
3. Концентрация и транснационализация мировой туриндустрии.
4. Глобализация и предпосылки для развития в мировой туриндустрии.
5. Современные мотивации туристов при выборе видов туризма и туристских направлений.
6. Мировые турпотоки и их распределение.
7. География мирового туризма
8. Источники и методы обработки информации для аналитики современных процессов в туризме

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. понятие мировой рынок туризма
2. страны-лидеры на туристском рынке
3. тенденции на мировом туристском рынке

Тема занятия: Тема 1.2. Мировые турпотоки и их распределение

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

1. Современные мотивации туристов при выборе видов туризма и туристских направлений.
2. Современные мотивации туристов при выборе видов туризма и туристских направлений.
3. Мировые турпотоки и их распределение.
4. Моделирование и прогнозирование в мировом туризме.
5. Тенденции в развитии мирового туризма.

Темы проектов

1. Источники и методы обработки информации для аналитики современных процессов во внутреннем туризме
2. Анализ туристкой инфраструктуры РФ
3. Анализ транспортной системы РФ для развития туризма
4. Анализ средств размещения РФ для развития туризма
5. Анализ транспортной системы РФ для развития туризма
6. Воздействие туризма на экологию РФ
7. Влияние климата на развитие различных видов туризма

1.

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. анализ динамики туристского потока за период 5-10 лет на примере любой страны мира или региона.
2. вывод о тенденциях турпотока и географии

Раздел 2. ОСНОВНЫЕ МИРОВЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ, ИХ СПЕЦИФИКА И СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ. ТУРИСТСКОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ

Тема занятия: Тема 2.1. Характеристика туризма в Европейском и Американском макрорегионах

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

География туризма в Азиатском макрорегионе. Страны-лидеры в туризме – Китай, Таиланд, ОАЭ, Индия, Мальдивская Республика. География туризма в Африке. Страны-лидеры по приёму туристов – Египет, Кения, Марокко, Тунис, ЮАР. География туризма в Австралии и Океании. Основные туристские центры, направления турпотоков. Специализация туристских центров. Условия развития туризма. Условия безопасного туризма. Природно-экологические условия. Туристское районирование. Виды туризма. Туристские ресурсы. Туристская инфраструктура. тенденции в развитии туризма.

Темы проектов

1. Характеристика туризма в Северной Европе
2. Характеристика туризма в Южной Европе
3. Характеристика туризма в Западной Европе
4. Характеристика туризма в Центральной Европе
5. Характеристика туризма в Восточной Европе
6. Характеристика туризма в Северной Америке

7. Характеристика туризма в Центральной Америке
8. Характеристика туризма в Южной Америке

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Культурно-историческое наследие
2. Памятники истории и архитектуры.
3. Объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО и их использование в туризме.
4. Ключевые туристские центры.
5. Туристская инфраструктура.

2.

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ МИРОВЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ, ИХ СПЕЦИФИКА И СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ. ТУРИСТСКОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ

Тема занятия: Тема 2.2. Характеристика туризма в Азиатском, Африканском и Австралийском макрорегионах

Формы практических заданий: дискуссии; проект; практикум по решению задач

Вопросы к обсуждению:

География основных видов туризма в России: культурно-познавательного и экскурсионного, пляжно-рекреационного, спортивного, делового, лечебно-оздоровительного, образовательного, экологического, сельского, гастрономического, событийного, конгрессно-выставочного туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья и др. Условия и ресурсы для развития этих видов туризма.

Темы проектов

1. Характеристика туризма в Африке
2. Характеристика туризма в Юго-восточной Азии
3. Характеристика туризма в Восточной Азии
4. Характеристика туризма в Центральной и Средней Азии
5. Характеристика туризма в Ближневосточном регионе Азии
6. Характеристика туризма в Австралии и Океании

Требования к выполнению практического задания:

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Туристская инфраструктура.
2. Направленность туристских потоков.
3. Тенденции в развитии различных видов туризма.
4. Статистика посещаемости отдельных регионов и туристских центров.
5. Особо охраняемые природные территории и их использование в туризме.
6. Основные туристские маршруты

3.

4. **Раздел 3. ТРАДИЦИОННЫЕ И СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА И ИХ ГЕОГРАФИЯ**
5. **Тема занятия** Тема 3.1. Традиционные виды туризма и тенденции в их развитии

Формы практических заданий: дискуссии; проект

Вопросы к обсуждению:

География основных видов туризма в мире: культурно-познавательного и экскурсионного, пляжно-рекреационного, спортивного, делового, лечебно-оздоровительного, образовательного, экологического, сельского, гастрономического, событийного, конгрессно-выставочного туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья и др. Условия и ресурсы для развития этих видов туризма.

Темы проектов

6. **Тема занятия** Тема 3.2. Современные и перспективные виды туризма и тенденции в их развитии

Формы практических заданий: дискуссии; проект

Вопросы к обсуждению:

1. Современные и перспективные виды туризма и регионы мира.
2. Хобби-туризм, его разновидности
3. Космический туризм
4. Мотивы выбора туристами необычных видов туризма
5. Перспективные регионы для развития туризма

7.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Раздел 1. Современное состояние и тенденции развития мирового туризма Тема 1.1. Факторы и предпосылки развития мирового туризма. Рынок мирового туризма. Тема 1.2. Мировые турпотоки и их распределение	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
	Выполнение аналитического задания
	Подготовка проекта
Раздел 2. Основные мировые туристские центры, их специфика и специализация. туристское районирование Тема 2.1. Характеристика туризма в Европейском и Американском макрорегионах Тема 2.2. Характеристика туризма в Азиатском, Африканском и Австралийском макрорегионах	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
	Подготовка проекта
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
Раздел 3. Традиционные и современные виды туризма и их география Тема 3.1. Традиционные виды туризма и тенденции в их развитии Тема 3.2. Современные и перспективные виды туризма и тенденции в их развитии	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка аналитического задания
	Подготовка проекта
	Подготовка к тестированию

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1 Современное состояние и тенденции развития мирового туризма

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Факторы и предпосылки развития мирового туризма.
2. Рынок мирового туризма.
3. Концентрация и транснационализация мировой туриндустрии.
4. Глобализация и предпосылки для развития в мировой туриндустрии.
5. Современные мотивации туристов при выборе видов туризма и туристских направлений.
6. Мировые турпотоки и их распределение.

7. Моделирование и прогнозирование в мировом туризме.
8. Тенденции в развитии мирового туризма.
9. Источники и методы обработки информации для аналитики современных процессов в туризме

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 1:

1. История мирового туризма
2. Современные факторы и предпосылки развития мирового туризма
3. Концентрация и транснационализация мировой туриндустрии.
4. Глобализация и предпосылки для развития в мировой туриндустрии.
5. Современные мотивации туристов при выборе видов туризма и туристских направлений.
6. Мировые турпотоки и их распределение.
7. География мирового туризма
8. Источники и методы обработки информации для аналитики современных процессов в туризме

Названия кейс-заданий к Разделу 1:

Задания для самостоятельной работы

Тема задания: проанализировать динамику туристского потока за период 5-10 лет на примере любой страны мира или региона. В анализе должны быть отражены сведения о количестве туристов, посетивших страну (отразить в виде графика или столбчатой диаграммы) и о структуре турпотока по целям (в виде круговой диаграммы).

Сделайте выводы о тенденциях развития мирового туризма и как это можно применить в практической деятельности туристских предприятий

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2. Основные мировые туристские центры, их специфика и специализация. туристское районирование

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2:

География туризма в Европейском макрорегионе. Страны-лидеры в туризме – Франция, Италия, Испания, Греция. География туризма в Северной, Центральной и Южной Америке. Страны-лидеры по приёму туристов – США, Бразилия, Доминиканская Республика, Коста-Рика, Куба. Основные туристские центры, направления турпотоков. Специализация туристских центров. Условия развития туризма. Условия безопасного туризма. Природно-экологические условия. Туристское районирование. Виды туризма. Туристские ресурсы. Туристская инфраструктура. тенденции в развитии туризма. география туризма в Европейском макрорегионе. Страны-лидеры в туризме – Франция, Италия, Испания, Греция. География туризма в Северной, Центральной и Южной Америке. Страны-лидеры по приёму туристов – США, Бразилия, Доминиканская Республика, Коста-Рика, Куба. Основные туристские центры, направления турпотоков. Специализация туристских центров. Условия развития туризма. Условия безопасного туризма. Природно-экологические условия. Туристское районирование. Виды туризма. Туристские ресурсы. Туристская инфраструктура. тенденции в развитии туризма.

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 2:

1. Характеристика туризма в Северной Европе
2. Характеристика туризма в Южной Европе
3. Характеристика туризма в Западной Европе
4. Характеристика туризма в Центральной Европе
5. Характеристика туризма в Восточной Европе
6. Характеристика туризма в Северной Америке
7. Характеристика туризма в Центральной Америке
8. Характеристика туризма в Южной Америке
9. Характеристика туризма в Африке
10. Характеристика туризма в Юго-восточной Азии
11. Характеристика туризма в Восточной Азии
12. Характеристика туризма в Центральной и Средней Азии

13. Характеристика туризма в Ближневосточном регионе Азии
14. Характеристика туризма в Австралии и Океании

Названия кейс-заданий к Разделу 2:

Разработать тур.маршрут по любому стране мира, указать продолжительность и протяжённость, цель, направленность, целевая аудитория, объекты интереса и достопримечательности, используемые вид транспорта, средства размещения, меры безопасности, туристские формальности (необходимость получения визы)

Задания для самостоятельной работы к Разделу 3. Традиционные и современные виды туризма и их география

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 3:

география культурно-познавательного и экскурсионного туризма. Основные туристские центры, ключевая инфраструктура. Объекты культурного наследия. Пляжный, круизный, лечебно-оздоровительный, горнолыжный, детский туризм и регионы их распространения, традиционные и новые центры туризма. Тенденции в развитии этих видов туризма. Экологический, гастрономический, медицинский, образовательный, хобби-туризм, туризм для людей с ограниченными возможностями здоровья. Тенденции в развитии и перспективные регионы мира.

Перечень тем рефератов / эссе к Разделу 2:

1. Характеристика перспективных регионов мира для развития пляжного туризма
2. Характеристика перспективных регионов мира для развития событийного туризма
3. Характеристика перспективных регионов мира для развития спортивного туризма
4. Характеристика перспективных регионов мира для развития экологического туризма
5. Характеристика перспективных регионов мира для развития этнографического туризма
6. Характеристика перспективных регионов мира для развития религиозного туризма
7. Характеристика перспективных регионов мира для развития экстремального туризма

Названия аналитического задания к Разделу 3:

Выявить перспективные виды туризма и перспективные страны и регионы, которые в настоящее время обретают популярность, обосновать почему (цена услуг, достопримечательности, экология, безвизовый въезд, безопасность, событийные мероприятия и т.д.). Сделать подробное описание, нанести регионы на контурную карту

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ТУРИЗМА

Тема 1.1. Факторы и предпосылки развития мирового туризма. Рынок мирового туризма.

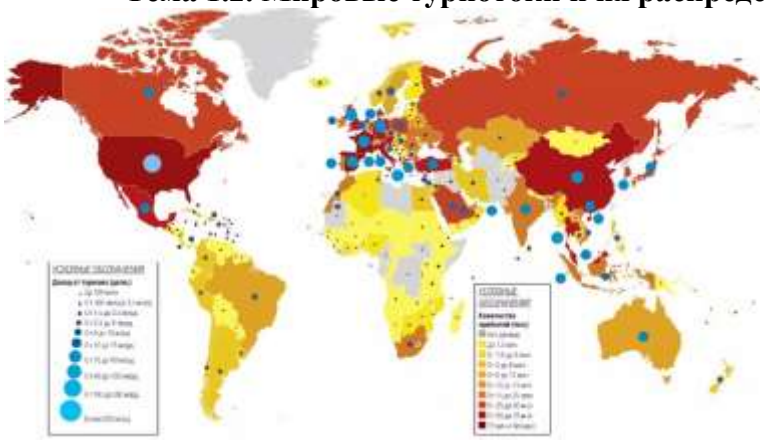


Иллюстрация 4





Тема 1.2. Мировые турпотоки и их распределение





РАЗДЕЛ 2. Основные мировые туристские центры, их специфика и специализация. туристское районирование

Тема 2.1. Характеристика туризма в Европейском и Американском макрорегионах







Тема 2.2. Характеристика туризма в Азиатском, Африканском и Австралийском макрорегионах

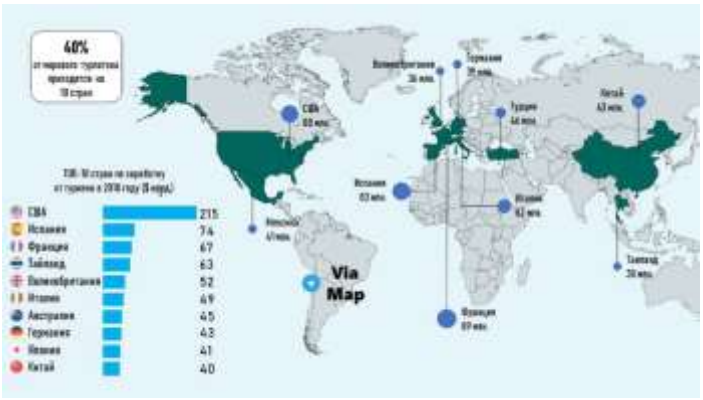




Раздел 3. ТРАДИЦИОННЫЕ И СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА И ИХ ГЕОГРАФИЯ

Тема 3.1. Традиционные виды туризма и тенденции в их развитии





Тема 3.2. Современные и перспективные виды туризма и тенденции в их развитии





Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Брендинг территории и брендирование территории	
Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий	основные понятия брендинга территорий; виды брендов территории; предпосылки возникновения территориальных брендов; брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места; исторические формы продвижения территорий; возникновение названий-брендов; структурированный подход к брендингу территорий; моногорода - заложники корпоративных брендов; брендинг территорий в бывшем СССР; брендинг в информационную эпоху.
Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий	сущность маркетинга и брендинга территорий; вредные стереотипы брендинга территорий; маркетинг территорий в России.
Раздел 2. Ребрендинг территории: технологии туристской индустрии	
Тема 2.1. Технология	факторы, формирующие бренд города; айдентика

позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда	туристского пространства; визуализация айдентики в бренде; логическая схема брендинга города; концепция бренда города: идея бренда города, ценности бренда, дизайн бренда; восприятие (имидж) бренда города: капитал бренда, различительная способность бренда, лояльность бренда. работа с городским пространством: визуализация бренда; работа с городской инфраструктурой: закрепление бренда; культурная жизнь в городе: «оживление» бренда. Экономика событий; производственный туризм; эффект Бильбао; роль киноиндустрии в формировании бренда города; общественная дипломатия и социальные медиа; оценка успешности брендинга города; бренды в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов; методы построения успешных брендов; значение бренда для роста экономических инициатив в регионе и оптимизации расходов на различные проекты; удачная идея для бренда как фактор оживления экономики региона; региональный бренд и отношения с федеральными властями; удачный бренд и социальная стабильность в регионе.
Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов	экономика событий; производственный туризм; эффект Бильбао; роль киноиндустрии в формировании бренда города; общественная дипломатия и социальные медиа; оценка успешности брендинга города; бренды в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов; методы построения успешных брендов; значение бренда для роста экономических инициатив в регионе и оптимизации расходов на различные проекты; удачная идея для бренда как фактор оживления экономики региона; региональный бренд и отношения с федеральными властями; удачный бренд и социальная стабильность в регионе.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской

деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Брендинг территории и брендирование территории

Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое «Торговая марка»?
2. Какие бренды товаров и услуг вам известны?
3. Сделаете ли вы выбор в пользу бренда или нет.
4. Что вы знаете о моногородах?

Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем заключается брендинг территорий?
2. Что вам известно о брендинге времен СССР?
3. Дайте определение понятию «маркетинг территории»
4. Какие стереотипы о странах вам известны?
5. Какие стереотипы о России вам известны?

Раздел 2.

Ребрендинг территории: технологии туристской индустрии

Тема 2.1. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда

Вопросы для самоподготовки:

1. Изучите логотипы города и сделайте выводы о соответствии духу города
2. Изучите бренд буки города и оцените возможность их применения
3. Что такое визуализация бренда?
4. Как вы понимаете айдентику бренда?
5. Организационная основа брендинга: управление брендом.

Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов

Вопросы для самоподготовки:

1. Продвижение бренда: прямая и косвенная коммуникация.
2. Приведите примеры городов, туристская привлекательность которых увеличилась после культурных событий
3. Оцените влияние кинематографа на продвижение брендов
4. Приведите примеры городов, туристская привлекательность которых увеличилась после ребрендинга
5. Приведите примеры удачного и неудачного ребрендинга

Вопросы для самоподготовки:

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Брендинг территории и брендирование территории

Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий

Иллюстрации:



https://thepresentation.ru/img/tmb/2/130408/1c47b31a9fd8c0a25de81ab8b4ed6ff0-800x.jpg



https://avatars.mds.yandex.net/i?id=ec5f7bb4f6b44a908d6c03ced22fb028-4399581-images-thumbs&n=13

Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий
Иллюстрации:



https://present5.com/presentation/233887_134109282/image-19.jpg



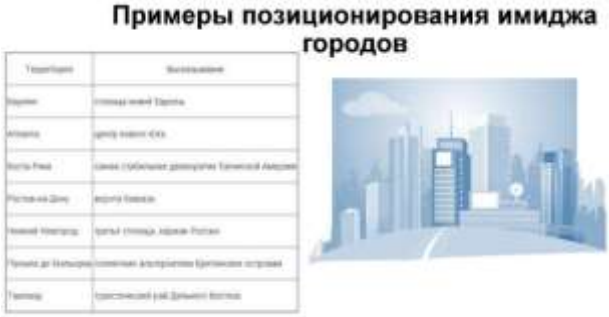
https://avatars.mds.yandex.net/i?id=3b14cac4fb4b442a252cc6841feb3ef6-5288037-images-thumbs&n=13

Раздел 2.

Ребрендинг территории: технологии туристской индустрии

Тема 2.1. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда

Иллюстрации:



https://cf.ppt-online.org/files/slide/b/BotGv5FfWYZRJaTKH132LOXIjgPicr7ywkdQ9x/slide-20.jpg



https://cf.ppt-online.org/files/slide/d/DkocY8fRzWAd6nbFZMa25jqxXupVy0IGP73UNH/slide-21.jpg



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493

https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493

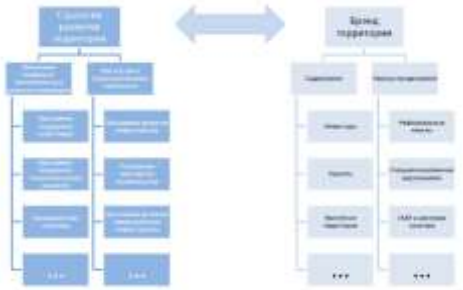


https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp598433049 3

Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов
Иллюстрации:



https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/j/J1r3eMaUhTRIn28K46pd0ljCYLOsiE7QmyugWxHcV/slide-30.jpg



https://img-fotki.yandex.ru/get/6113/132629812.19/0_87f4e_9431ba27_XL

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой

дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью.

Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее

написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;

- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Брендинг территории и брендирование территории

Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятия брендинга территорий; виды брендов территории	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Структурированный подход к брендингу территорий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий.

Текст лекции.

Несколько глобальных факторов развития современного мира служат предпосылками распространения брендинга городов и даже делают его неизбежным.

Быстрый мир. Информационная среда, в которой мы живем, делает наш мир все более быстрым. Быстрым в плане изменчивости, которая иногда переходит в развитие. Все современное быстро перестает быть таковым. Жизнь инноваций все короче и короче. И пока мы размышляем о том, как бы сделать так, чтобы они появлялись и внедрялись в России, страны - лидеры мировой экономики задумываются над тем, как укладывать быстро возникающие ноу-хау в системы, пригодные для практического использования, и провоцировать возникновение новых и новых нестандартных открытий. Скоростная динамика, изменчивость - это не временный признак текущего этапа развития мира, а уже его перманентное свойство.

Однако поразительна не быстрота изменений в мире, а то что мы не успеваем заметить и оценить изменения. Мы сами часть ускоряющегося информационного потока. Каждый день мы тратим время на обработку все большего объема входящей информации. И столько же тратим на то, чтобы встроить в информационный поток свой ответный, исходящий вклад. Коммуникация забирает все больше нашего времени, которого не остается для анализа прокачиваемой информации.

В этих условиях перед каждым субъектом экономики стоит задача научиться быстро реагировать на перемены, подстраиваться под стремительно меняющиеся внешние возможности и угрозы, обновлять или даже изобретать себя заново. Только так можно сохранить конкурентоспособность. И такая задача стоит перед вузом, торговой сетью, телеканалом, научной лабораторией, музеем, страховой компанией и пр. В том числе такая задача стоит перед территорией - городом, регионом, страной.

Городские менеджеры, оценившие важность гибкого подхода к управлению, быстрого освоения новых технологий, новых инструментов развития, стремятся учиться этому. У одних администраций инновативная энергия проявляется в борьбе за международные гранты в сфере городского развития или в участии во всевозможных конкурсах и выставках. У других - в стремлении провоцировать постоянное кипение культурной жизни в городе, так что он становится модной площадкой для всевозможных культурных или спортивных событий, источником позитивных информационных поводов. В третьем случае городские администрации вообще выбирают производство инноваций в качестве градообразующей отрасли. Например, в индийском Бангалоре или малазийском Куала-Лумпуре все элементы городской среды настроены на то, чтобы стимулировать местных творческих людей к «производству» новых идей, проектов, изобретений.

Моделей и примеров «выхода» творческой энергии городов много, но реализуются почти все они с помощью трех инструментов: проектного менеджмента, частно-государственного партнерства и использования творческого потенциала жителей. Одна из главных задач, которые осознают передовые городские сообщества, - это идентификация (а когда надо - реидентификация) города - (пере-)осмысление его сути, определение лучшего пути развития и позиционирование новой концепции в информационном пространстве.

Мир образов вместо мира фактов: голливудизация экономики. Если все кинокомпании, работающие сегодня в Голливуде, перенести в любой другой штат, то их суммарная

капитализация упадет, поскольку они уже не будут голливудскими компаниями. Они лишатся принадлежности к этому бренду. Однако туристическая и инвестиционная привлекательность самого Голливуда не пострадает, поскольку это место имеет устойчивый и превосходный имидж «фабрики грез», связанный с именами великих мастеров и шедевров кинематографа.

Это говорит о том, что репутация места становится одним из главных нематериальных активов его развития. Таким же важным, как земля, инфраструктура и рабочая сила. И если имидж выигрышный, то он начинает приносить немалые деньги в местный бюджет. И наоборот, негативный имидж отпугивает инвесторов и туристов, но что хуже - меняет в худшую сторону отношение самих жителей к своей территории, вплоть до развития у них «чемоданных настроений».

Для понимания действительности человеку свойственно воспринимать ее через систему своих представлений о ней - сеткой образов, стереотипов, суждений, взглядов, ассоциаций, ценностей. «Информационная бомба, - пишет в своей проницательной «Третьей волне» Э. Тоффлер, - взрывается в самой гуще людей, осыпая нас шрапнелью образов и в корне меняя и восприятие нашего внутреннего мира, и наше поведение… Каждый из нас создает ментальную модель действительности, у нас в голове существует как бы склад образов. Одни из них визуальные, другие слуховые, есть даже тактильные».

Наши персональные системы представлений о мире (к сожалению или к счастью) отличаются большой устойчивостью. Если получаемая нами информация вписывается в нашу картину мира, мы доверяем ей. Если же не вписывается, мы подсознательно отметаем ее как ерунду или неправду. В результате у многих субъектов экономики возникает соблазн оказывать влияние не столько на реальные факты, сколько на системы представлений, складывающиеся образы. Но манипулировать символами не значит говорить о себе неправду (что неизбежно приводит к коллапсу). Это значит не забывать говорить о себе.

Благодаря феномену голливудизации активные территориальные элиты начинают осознавать, что имидж территории нельзя отпускать в свободное плавание по информационному пространству. Им нужно заниматься, вкладываться в него, а лучше всего - мысленно сформировать его идеальную конструкцию, а затем попытаться воплотить ее на практике. Поскольку в конкурентной борьбе за жителей, инвестиции и туристов территории должны осознать себя, свою идентичность, увидеть свои уникальные черты и возможности, с тем чтобы продуманно и гибко спозиционировать себя на «рынке мест».

Глокализация: мир городов вместо мира стран. «Думай глобально, действуй локально» - таков принцип градостроительства, авторство которого приписывают шотландскому урбанисту П. Геддесу и который стал девизом нового феномена постсовременности - глокализации. Глобализация не тотальна и, более того, сама же порождает обратный эффект. Чем сильнее прессинг глобальных стандартов поведения и потребления, тем сильнее потребность территорий (регионов и особенно городов - в силу их природного чувства свободы) «выбираться» из одинаковости, искать, культивировать и предъявлять миру свою уникальность. «Дабы не раствориться в потоке глобальной, усредненной масс-культуры, - замечает В. Штепа, - каждый регион просто вынужден создавать свой уникальный бренд, узнаваемый в мировом контексте. <…> Глокализация изменяет саму стратегию брендинга, требуя максимального учета культурных особенностей потребителя. “Локализуется” не только сам продукт, но и весь комплекс маркетинговых коммуникаций и порой даже имидж самих маркетологов...».

В результате глокализации растет культурное и архитектурное разнообразие мест. И во многом благодаря ей экономическое, политическое и культурное влияние городов в мире

постоянно и опять же быстро растет. При этом вырисовывается иерархия городов, их временные альянсы и группировки, конкурирующие в борьбе за свои интересы. В последнее десятилетие это особенно ярко проявляется в конкурентном развитии мировых финансовых центров.

В 2000–2002 годах правительства трех ближневосточных эмиратов - Бахрейна, Катара и эмирата Дубай (ОАЭ) объявили о формировании мировых финансовых центров соответственно в Манаме, Дохе и Дубае. Каждый из городов стремился первым занять нишу финансовой столицы в регионе. Однако, сразу же столкнувшись с сильной конкуренцией на глобальном рынке со стороны Лондона и Нью-Йорка, финансовые элиты трех арабских городов заключили соглашение о разделении сфер влияния. Манама специализируется на исламском банкинге и имеет перспективы размещения регионального центробанка; Доха - центр торговли сырьевыми и торговли контрактами на энергоресурсы; Дубай - инвестиционно-банковский центр, ориентированный на «дальние» рынки.

На другом конце мира два ведущих глобальных финансовых центра - Лондон и Нью-Йорк - в сильнейшей степени конкурируют между собой за привлечение биржевых активов и эмитентов. Однако, когда в 2007 году американская фондовая биржа NASDAQ и дубайская биржа Borse Dubai совершили сложную сделку по покупке акций Лондонской фондовой биржи (LSE), городские администрации (!) Лондона и Нью-Йорка подали совместный иск в международный арбитражный суд, считая, что сделка незаконна и грозит тем, что контроль над мировыми финансовыми рынками перейдет из Лондона и Нью-Йорка на Ближний Восток.

Другой пример межгородской кооперации-конкуренции. В 1995 году восемь английских городов (Бирмингем, Бристоль, Лидс, Ливерпуль, Манчестер, Ньюкасл, Ноттингем и Шеффилд) объединились в союз под названием Core Cities («Ключевые города»)6. Задачи союза — совместное лоббирование интересов на общегосударственном и международном уровне, и прежде всего в сфере экономического развития. Примечательно, что Лондон не был принят в союз, несмотря на то что город подавал заявку на участие. Еще один важный факт: образование Core Cities произошло в том же году, когда Лондон подал заявку на проведение Олимпийских игр 2012 года, а позднее выиграл соответствующий международный конкурс.

Города, как и корпорации, становятся самостоятельными игроками - субъектами глобальной экономики. Они все чаще во главу стратегий ставят собственные, городские, интересы вместо общегосударственных, а местные и государственные интересы, как известно, часто не совпадают. Ярче других это демонстрируют, конечно же, так называемые глобальные города. Этот элитарный клуб объединяет примерно полсотни городов, разбросанных по всему миру. Их взаимные деловые связи теснее, чем связи каждого из них со своей страной и соседними территориями. А их «глобальность» измеряется в числе прочего долей производимых ими услуг, обслуживающих весь мир, и концентрацией штаб-квартир ТНК.

Кроме того, городской образ жизни, несмотря на многовековой пессимизм ряда ученых и писателей-фантастов, остается очень востребованным среди людей. Урбанизация (то есть процесс распространения городского образа жизни) набирает темпы, охватывая самые отдаленные уголки. Сегодня в США 90% населения сосредоточено в крупных и средних городах и в прилегающих к ним зонах непосредственного тяготения. В России доля городского населения перевалила за 75% (105 млн человек). Из них почти треть (28 млн) живет в мегаполисах с населением более 1 млн человек.

Отсюда еще одно следствие: экономический и культурный мир как карта площадей уходит в прошлое. Сегодня это мир узлов и связей между ними. Анализировать развитие территорий становится все более логичным не по статистике площадей (областей, штатов,

краев), а по статистике агломераций и зон их хозяйственного влияния. Таким образом, меняется пространственная организация общества. Она все больше «предстает не в виде совокупности неких полигонов, обладающих площадью, а в виде некоего рисунка из линий и узлов; именно линии и узлы (города и транспортные артерии) обладают смыслом, тогда как территория, на которую такая сеть наложена, выглядит просто инертным вместилищем». Изучение территорий по сетке городов и их коммуникациям - это так называемый геоструктурный подход, который становится все более распространенным у географов.

Таким образом, растет влияние мира городов, ведь города - это квинтэссенции своих стран и регионов. В них сосредоточены основные творческие и административные ресурсы; они ведомы энергией наиболее активных и консолидированных сообществ. Наконец, они главные производители и потребители информации. Поэтому города - наиболее актуальный объект брендинга. Второй важный вывод глокализации - маркетинг и брендинг территорий не могут быть стандартными (по глобальному образцу). Локализуется не только сам продукт, но и весь комплекс маркетинговых коммуникаций. Каждая новая работа над городским брендом требует не только новых, уникальных концепций бренда, но и новых инструментов брендинга. Хорошо зарекомендовавшие себя методики брендинга быстро устаревают и не срабатывают в других местах. Городам требуются все новые и новые, нестандартные способы формирования брендов и их продвижения.

Экономика впечатлений: город как сцена. «Весь мир —- театр» — эта знаменитая фраза Шекспира в наше время приобретает буквальный смысл. Книга гарвардских экономистов Дж. Пайна и Дж. Гилмора, написанная в 1999 году, стала знаменита в России благодаря одной приведенной в ней иллюстрации: стоимость двух одинаковых чашек кофе различается в разы, если одну из них выпить в обычной столовой, а другую - в кафе на площади Сан-Марко в Венеции. В первом случае продается только сам продукт, во втором случае продается не просто кофе, но впечатление - вид на площадь и ощущение сопричастности великому городу.

В чем основные идеи авторов? «Впечатления - это четвертое экономическое предложение, которое так же разительно отличается от услуг, как услуги от товаров, просто до недавнего времени ему уделяли незаслуженно мало внимания. Впечатления всегда были рядом, но потребители, предприниматели и экономисты относили их к сектору услуг наравне с химчистками, автомастерскими, телефонными станциями и оптовой торговлей. Когда человек покупает услугу, он покупает ряд действий, которые выполняются от его имени. Но когда он покупает впечатление, он платит за незабываемые минуты своей жизни, подготовленные компанией (как в театральной пьесе), т.е. за собственные чувства и ощущения».

Производство впечатления - это более совершенный уровень обработки товара/услуги, еще одна составляющая их добавленной стоимости. Развиваются два взаимосвязанных процесса: стандартизация производимых товаров и услуг и персонализация спроса на них со стороны потребителей. Как выиграть конкуренцию за потребителя, если товар/услуга такие же, как у конкурентов? Создавать впечатление о продукте. «Предложение впечатлений возникает тогда, когда компания целенаправленно использует услуги как сцену, а товары — как декорацию для того, чтобы увлечь клиента…».

Производители автомобилей тратят миллионы долларов на то, чтобы звук закрывающейся в машине дверцы был именно таким, как нужно. Издательские дома уделяют особое внимание тактильному и зрительному восприятию книг и журналов - они используют тисненую, шероховатую или глянцевую бумагу, а также полупрозрачные обложки, яркие цвета, трехмерную графику, необычные фотографии. Ледяные катки и концерты в торговых

центрах «работают» на создание такого настроения покупателя, которое «помогает» ему приобрести разложенные рядом товары.

Брендинг современных товаров и услуг все больше настроен на создание впечатлений от товаров. Реклама товара воздействует не на логику потребителей (сколько это стоит, нужно ли мне это, сколько и где я буду это носить и т.д.), а на их эмоциональное восприятие. Товарам присваиваются эмоциональные, почти одушевленные характеристики: стиральная машина - безотказный друг, автомобиль - стиль жизни, йогурт - любовь к детям, одеколон – интимные чувства и т.д. В быстром мире уже не работают предложения из разряда «качественный товар по доступной цене».

Таким образом, экономика впечатлений уже сегодня меняет правила игры на рынках, а значит и состав «игроков». Те фирмы, которые не видят выгоды в производстве впечатлений (неважно - в силу недопонимания его важности или в результате тщательных расчетов), начинают проигрывать конкурентам и уходят с рынка. Аналогичное явление будет происходить и на «рынке городов». «Уход с рынка» в данном случае будет означать снижение инвестиционной привлекательности города, ухудшение качества услуг, сокращение населения.

Между тем город, как ничто другое, прекрасно приспособлен для производства впечатлений. Есть сцена - это городская территория. Есть декорации - городская среда. Есть актеры - горожане, власть и бизнес. Есть зрители - «потребители» городских товаров и услуг. Есть режиссура - маркетинг города. Есть технология «оркестровки» - брендинг города. Несмотря на то, что категорий потребителей товаров и услуг города очень много, объединить предложение в единое впечатление можно. Это не что иное, как формирование городского бренда. Когда эмоции и ассоциации, которые вызывает город, удачно «оркестрованы» и при этом разнообразные целевые аудитории находят в них каждая свои позитивные черты, можно сказать, что бренд города сформирован. Город как сцена весьма популярный сегодня подход в брендинге терриоорий.

Творческие индустрии и культура как главный ресурс территории. Погоня за креативным классом. Быстрый мир и экономика впечатлений заставляют места быть изобретательным. Творческий капитал становится конкурентным преимуществом. В частности, для городов это актуально как никогда. Но быть изобретательным, играть на опережение в реализации идей развития можно только с помощью определенного типа людей. В мировой науке за ними закрепилось название «креативный класс».

Ч. Лэндри и его соратники из британского агентства Comedia разработали концепцию креативного города - города, жители которого способны оценить свой творческий капитал, наращивать его и использовать как инструмент в конкурентной борьбе с другими городами. Концепция креативного города Ч. Лэндри заражает своим безграничным оптимизмом. Согласно ей любой город, даже самый безнадежный в плане материальных ресурсов развития, может изменить себя, тем самым сохранить и успешно развиваться дальше при наличии креативного класса. Ресурсы (инвестиции) приходят позднее, как результат работы креативного класса. Главная движущая сила этого процесса - творческие индустрии, и прежде всего в культурной жизни города. Города, сумевшие преобразить себя через культуру, составляют самую многочисленную группу в ряду успешных примеров маркетинга. Ставка на культуру и искусство в проведении маркетинга и брендинга города - это беспроигрышный вариант. Ведь условие существования бренда - его неповторимость, а в культуре и искусстве неповторимо все.

Таким образом, одним из приоритетов развития становится привлечение в город / регион / страну того самого творческого (креативного) класса, который способен подкачивать инновации и тем самым постоянно его адаптировать к быстрому миру. Для этого необходимо создавать специфическую городскую среду, в которой творческий класс чувствовал бы себя настолько комфортно, что мог бы выполнять свою главную функцию, а не просто «ночевать» в городе.

Мобильность людей, товаров, капитала. В условиях глобализации увеличивается свобода выбора людьми места для жилья и работы. Растет мобильность населения, причем высокооплачиваемые и всегда востребованные на рынке специалисты именно выбирают, где жить. В то же время «верхние этажи» экономики (управление, финансы, корпоративные научно-исследовательские лаборатории) тоже стали мобильными, быстро меняющимися сами по себе и быстро перемещающимися. Удельные издержки на передислокацию бизнеса год от года снижаются. В итоге штаб-квартиры компаний тяготеют не к местам источников сырья или производства, как раньше, а к комфортабельным городам, то есть к тем местам, где удобнее жить руководству компаний и другим ключевым сотрудникам. Теперь здесь, а не на производственных площадках оседает львиная доля налогов от деятельности фирмы, создается спрос на недвижимость и городские сервисы.

В результате, территории вынуждены конкурировать между собой за привлечение высококвалифицированных жителей и за компании, впервую очередь улучшая качество городской среды, а также осознанно, внимательно и регулярно занимаясь своим имиджем.

Современным территориям необходимо принять эти факторы как неизбежность, как новую реальность, определяющую развитие территорий. И увидеть, что из них можно извлечь выгоду для своих мест. Технология маркетинга и брендинга мест как ничто другое подходит для этой цели.

Источник:
https://moodle.kstu.ru/mod/book/view.php?id=84910&ysclid=lh5zhephdn380487347

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Бренд-имидж (BrandImage),
2. В чем заключается концепция 4D-брендинга» Т.Гэда?
3. В чем заключается принцип «Модели общего воспринимаемого качества»К. Гренрооса?
4. Дайте определение бренда?
5. Дайте определение брендинга?
6. Дайте определение бренд-менеджмента?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Брендинг территории и брендирование территории

Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;

– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;

– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Сущность маркетинга и брендинга территорий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Маркетинг территорий в России	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий

Текст лекции.

Вопросы развития территорий на основе использования маркетинговых инструментов не являются новыми, но остаются по-прежнему важными и актуальными. Такие понятия, как «маркетинг места», «территориальный маркетинг», «маркетинг территории», «имидж», «репутация территории» и целый ряд других давно и прочно вошли в практику, активно используются не только специалистами по маркетингу, но и представителями органов государственного и муниципального управления. Активный интерес к этим вопросам совсем не случаен. Современные реалии развития отечественной экономики требуют пересмотра управленческого инструментария, используемого для достижения желаемых социально-экономических результатов. И в этом смысле видовое разнообраие маркетинга в зависимости от типа территории (маркетинг региональных образований, города, населенных пунктов) позволяет учесть особенности применения концепции маркетинга в зависимости от уровня и масштаба территории. Если маркетинг территорий стал сегодня уже признанной и очевидной необходимостью в практике территориального управления, то понятие «брендинга территорий» это относительно новое направление. Анализ публикаций по данной теме выявил быстро развивающийся интерес к данному вопросу, наличие проблемных зон и дискуссионной активности.

Исходя из содержания современных исследований в этой области, изложенных в работах Д.В. Визгалова, Ю.Н Кудрявцева, Т.М. Орловой, А.П. Панкрухина, Т.В. Сачук и др. можно сделать вывод, что в настоящее время теоретически оформляются в качестве самостоятельных две концепции управления территориальным развитием: 1. Маркетинг территорий. 2. Брендинг территорий.

Концепция маркетинга территории уже достаточно хорошо разработана. Она представляет собой область научных изысканий и практико-ориентированной деятельности, для которой объектом является территория (страна, регион, город), имеющая рамочные (как правило географические) границы, а предметом приложения маркетинговых усилий – формирование привлекательности этого места для отдельных целевых групп. Стимулом для развития концепция брендинга территории послужило желание получать более быстрые и предсказуемые результаты от практического использования маркетинговых технологий. Концепция брендинга территории, близкая по содержанию к процессу формирования корпоративного бренда, в настоящее время активно формируется. Об этом, в частности, можно судить по наличию научной полемики относительно содержания общих понятий, обсуждения вопросов технологий бренд-менеджмента, его роли и степени влияния на развитие территории и ряда других. В настоящее время развитие концепции брендинга территории, по нашему мнению, существенно тормозится ввиду наличия некоторых объективных и субъективных причин. Часть из них уже излагались ранее [1]. Однако существуют и иные противоречия и причины. Перечислим некоторые из них: 1. Продолжает оставаться дискуссионным вопрос о взаимоотношении понятий «маркетинг территорий» и «брендинг территорий». Диапазон мнений по этому вопросу достаточно широк: от утверждения, что брендинг – это лишь один из инструментов классического маркетинга, что в свою очередь не позволяет его выделять как самостоятельную концепцию, до его полного признания с приведением доказательств эффективности использования. Приходится констатировать, что такое обсуждение иногда напоминает полемику о первичности курицы и яйца. 2. Отсутствует единодушие в подходах к определению самых базовых теоретических понятий таких как, например «бренд», «брендинг территории» [2]. 3. Отсутствие подготовленных специалистов по брендингу территорий и восприятие самого понятия как идентичного с понятием «товарный бренд» обуславливает «…внегеографическое мышление многих экспертов и практиков брендинга территорий, привело к путанице в определениях социальных и пространственных атрибутов бренда территории». В результате при создании программ брендирования почти все внимание уделяется формированию и развитию «бренда», а «территория» игнорируется. Кроме того, продолжает наблюдаться практика приоритетного обсуждения «правильной вербализации территории», дизайна логотипа, его позиционирование и других вопросов. Например, на портале Sostav.ru в разделе Территориальный брендинг» за год вышло 39 новостей из которых 62% полностью посвящены логотипам [3].

Это, на наш взгляд, свидетельствует о поверхностном и однобоком отношении к территориальному брендингу. Между тем, брендирование территории это значительно более сложная задача, чем создание абстрактной современной айдентики. 4. Отсутствуют общие подходы к формированию практико-ориентированной технологии брендирования территории. Это вызывает необходимость «учиться на собственных ошибках». Сегодня каждый десятый город России, так или иначе, уже попробовал заняться своим брендом. Однако, как отмечают эксперты, такие попытки в большинстве случаев заканчиваются ничем или провалом. 5. Имеются определенные противоречия и разнонаправленность интересов теоретиков (ученых, экспертов) и практиков (представителей органов государственного и муниципального управления). Последние заинтересованы в получении алгоритма своих действий, быстрых практических рекомендаций, гарантирующих получение желаемого результата. 6. Все положительные примеры территориального брендинга в мире связаны, в первую очередь, с совместными действиями представителей государственной, муниципальной власти и общественности. Это могут быть городские сообщества, общественные и некоммерческие организации, благотворительные фонды, тематические волонтерские движения и т.д. В России практика такого взаимодействия имеет пока краткую историю. К этому присоединяется сложившийся в России низкий уровень заинтересованности населения во взаимодействии с местными органами власти. Подводя итог, можно заключить, что концептуальные вопросы брендинга территорий, повышения его эффективности и влияния на темпы социально-экономического развития требуют дальнейших исследований. Брендинг и маркетинг территорий направлены на достижение общей цели – развитие территории. В обоих процессах используются свои инструменты. Маркетинг работает с реальным развитием территории и формированием её имиджа в сознании потребителей, а брендинг

использует территориальные преимущества как платформу для создания торговой марки, которая будет продвигаться и развиваться с помощью маркетинговых инструментов. Но при этом справедливым было бы признать, что «взаимоотношение маркетинга и брендинга территорий можно представить в виде айсберга, вершиной которого является брендинг, а основанием служит маркетинг территорий [2].

Источник: ОТ МАРКЕТИНГА К БРЕНДИНГУ ТЕРРИТОРИЙ В.А. Ковригина, канд. экон. наук, доцент В.В. Лаптева, магистрант Уральский государственный экономический университет (Россия, г. Екатеринбург) International Journal of Humanities and Natural Sciences, vol.1, part 7 http://intjournal.ru/wp-content/uploads/2016/11/Kovrigina.pdf?ysclid=lh5zmhpnem422441657

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Как проявляется способность к доминированию бренда (BrandPower)
2. Какая основная идея концепции бренд-лидерстваЭ.Иохимштайлера и Д.Аакера?
3. Какие базовые элементы бренд-стиля вы знаете
4. Какие основные идеи концепции «маркетинга взаимодействия» Шведской школы маркетинга?
5. Какие основные положения «Азиатской» концепции бренд-культуры?
6. Какие основные положения «Западной» концепции бренд-культуры?
7. Какие основные положения «Зонтичной» концепции бренд-культуры?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Ребрендинг территории: технологии туристской индустрии

Тема 2.1. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Концепция бренда города	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Работа с городским пространством	Вводная лекция Информационная лекция

		Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда

Текст лекции.

В условиях необходимости повышения инвестиционной привлекательности отдельных территорий для каждого региона в высшей степени необходимо укрепить свои позиции относительно конкурентов.

Позиционирование интегрирует в себе не только маркетинговые исследования по обоснованию выгодного сегмента, стратегии проникновения на рынки, копирование передовых технологий маркетинга, но и искусство создания положительного имиджа территории в обществе. Эффект позиционирования территории возможен только в режиме системного использования элементов маркетинга.

В современных условиях российские фирмы и компании накопили определенный опыт гибкого реагирования на рыночные изменения, учета потребностей клиентов, механизмов их предвосхищения. Эти механизмы своевременного удовлетворения запросов покупателей способствуют укреплению позиций отдельных территорий и созданию их конкурентных преимуществ.

Позиционирование — маркетинговые усилия по разработке и внедрению в сознание целевых потребителей особого, отличного от конкурента образа территории в целях укрепления рыночных позиций.

Позиционирование территорий — определение и формирование конкурентоспособной позиции среди региональных субъектов в целях создания положительного имиджа, развития государственно-частного партнерства, повышения инвестиционного рейтинга, популяризации социально значимых проектов.

В связи с развитием технологических инноваций и глобализации территорий и их субъектов для достижения и удержания конкурентных преимуществ над другими должны учитываться следующие особенности современного этапа развития общества:

• преимущества перестали быть долгосрочными, они изменяются под воздействием инновационного процесса (изменяются технологии обслуживания, методы управления, способы сбыта услуг и т.д.), поэтому для удержания конкурентных преимуществ требуется постоянное внедрение инноваций. Сроки внедрения инноваций должны равняться срокам внедрения аналогичных инноваций у конкурентов или превосходить их;

• глобализация бизнеса вынуждает компании учитывать национальные и международные интересы;

• страна и территория рассматриваются организациями нс только как место, где компания осуществляет свою деятельность, но и как основа для выработки стратегии.

Потенциал фирмы существенно зависит от условий, в которых она работает, и подвержен постоянным изменениям.

Строительство загородных домов под ключ в Мытищах!

В данном контексте справедливо утверждение Э. Райса и Дж. Траута о том, что «позиционирование — это не то, что вы делаете с товаром, а то, что вы делаете с сознанием потенциального потребителя»[1].

Так, например, Смоленская область в силу своего исторического и культурного наследия, а также географического положения обладает значительным потенциалом для развития социокультурного сервиса, в том числе в сфере внутреннего и въездного туризма. На территории Смоленщины располагаются 3977 памятников истории и культуры, что позволяет развивать познавательный социокультурный сервис, а возрождение храмов и монастырей на протяжении последней четверти века становится основой для развития паломнического туризма. Природные ресурсы и сеть лечебно-оздоровительных учреждений Смоленской области способствуют развитию спортивного, самодеятельного, оздоровительного и экологического социокультурного сервиса.

Цель позиционирования территории — создание преимуществ конкретной местности с учетом характера восприятия потребителями всех конкурентов для увеличения спроса на товары (услуги), повышения инвестиционной привлекательности и финансовой устойчивости.

Настоящим открытием для любителей природы стал Национальный парк «Смоленское Поозерье». С 1999 г. Национальный парк включен в список ключевых орнитологических территорий международного значения, а в 2002 г. ему присвоен статус Биосферного резервата под эгидой ЮНЕСКО. Национальный парк предлагает многочисленные туристские программы и экскурсионные маршруты: пешие и водные, байдарочные, этнографические, лыжные, рыболовные. Позиционированию способствует проведение ежегодного Международного фестиваля заповедной авторской песни «Баклановские зори» (награждение призами, обеспечение участников питанием, доставка транспортом). Палаточный городок, разбитый на берегу оз. Баклановское, вмещает порядка четырех с половиной тысяч слушателей и исполнителей авторской песни. В мероприятии принимают участие именитые барды из разных уголков России, Белоруссии и Финляндии. В ходе фестиваля проходит конкурс- прослушивание, победители получают дипломы и ценные подарки. Завершается фестиваль выездным концертом участников и гостей в спортивно-оздоровительном комплексе «Смена». Финансовая поддержка проведения фестиваля предусмотрена долгосрочной областной целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Смоленской области на 2013—2015 годы».

Процесс позиционирования предполагает реализацию четкой технологии, предусматривающей последовательность процедур по сбору информации, ее анализу, разработке стратегий позиционирования и выполнепню программ по основным направлениям рыночного участия. В рамках позиционирования соотношение цены и качества, сервиса и имиджа территории должно обеспечивать конкурентные преимущества по сравнению с другими регионами.

Концепция позиционирования территории представляет собой целостную совокупность форм, методов и принципов организации рыночного участия в целях получения намеченных доходов с использованием маркетинговых исследований состояния рынка, технологий продвижения товара для полного и эффективного удовлетворения потребностей общества. Большое значение при разработке концепции позиционирования приобретает формирование

социальной ответственности менеджмента как перед обществом, так и перед отдельными людьми.

Иными словами, концепция позиционирования представляет собой системный документ, включающий управленческие решения по реализации стратегии и тактики маркетинга, их вариацию в рамках выполнения намеченных задач и принятых принципов.

Процесс реализации концепции позиционирования осуществляется в рамках формата коммуникационного взаимодействия по схеме «компания — рынок — общество».

Современные условия позиционирования требуют активного использования в коммерческих структурах конкретной территории стандартов: безопасности производства и жизнедеятельности, сервисного обслуживания потребителей и охраны окружающей среды в рамках культуры организации и социально-корпоративной ответственности.

Разработка концепции позиционирования должна пронизывать все этапы воспроизводственного процесса — от инновации идеи нового продукта, его производства, распределения до окончательной реализации с учетом потребления.

К основным правилам рыночного участия, которые необходимо учитывать в процессе позиционирования, следует отнести известные принципы маркетинга.

1. Принцип рыночной ориентации, т.с. производить исключительно то, что необходимо обществу, и не пытаться продавать то, что уже произвели.

2. Принцип единства стратегии маркетинга и тактики ее выполнения через соблюдение четкой последовательности пооперационного маркетинга (от организованных исследований рыночной потребности, разработки маркетинговых программ до реального их исполнения в соответствии с корпо- ративной ми ссией).

3. Принцип организационного поведения реализуется в целях организации действенного контроля с учетом качества исполнения принятых стратегий маркетинговой деятельности, создания надежной системы товародвижения, профилактики предпринимательского риска с учетом сервисного потенциала и корпоративной культуры.

4. Принцип прибыльности и эффективности исполняется в целях получения намеченной прибыли с выделением оценки конкурентного преимущества в условиях свободы предпринимательства и равноправного партнерства.

5. Принцип репозиционирования, при котором на первый план выступают реклама, ярмарочно-выставочный бизнес, электронные технологии п связи с общественностью. Часто компании в процессе активизации рекламы используют элементы репозиционирования, т.е. позиционирование корпоративной марки товара конкретной территории на рекламном фоне всем известного бренда другой компании.

Оценка результативности концепции позиционирования не может дать положительные результаты при отсутствии таких принципов, как лояльность и социально-деловая активность.

6. Принцип лояльности в настоящих условиях развития рыночных отношений позволяет добиться существенных результатов относительно основного конкурента. Соблюдение принципа лояльности формирует устойчивую потребительскую базу в результате положительного отношения клиентов к фирменным товарам и услугам конкретной территории. Это долговременный и сложный процесс, направленный на индивидуализацию портфеля заказов, расширение комплекса дополнительных услуг и развитие социальной ориентации бизнеса.

7. Принцип социальной ориентации приобретает огромное значение в системе позиционирования. Компании конкретной территории в целях повышения ответственности за результаты коммерческого труда стремятся сделать существенный вклад в повышение

качества жизни и гармоничное развитие общества через осуществление акций благотворительности, спонсирования, патронирования. Принцип социальной ориентации является зеркальным отражением уровня качества менеджмента маркетинговой деятельности.

Выполнение этого принципа позволяет создать прочное положение на рынке в результате хорошо продуманной миссии фирмы, созданного стиля, корпоративного имиджа.

Миссия конкретной территории включает меры по достижению глобальной цели на долговременной основе. Создание миссии конкретной территории предполагает сочетание многовариантных подходов, а именно: «миссия-предназначение», «миссия-ориентация», «миссия-политика».

Миссия-предназначение раскрывает вид деятельности, отражающей характер продукции, круг целевых покупателей, меры по их удержанию и привлечению потенциального круга клиентов.

Миссия-ориентация формирует философию корпоративных ценностей конкретной территории, которым следуют руководство и персонал. Именно эти ценности создают фирменный стиль, культуру организационного поведения, стандарты качественного обслуживания клиентов. Существенным дополнением миссии-ориентации являются региональные газеты, отраслевые журналы для персонала и рекламные буклеты, сувениры для покупателей.

Регулярная аттестация исполнителей, обучение и повышение их квалификации в рамках корпоративной программы «Совершенствование и воспитание персонала» также направлены на реализацию выбранной миссии.

Миссия-политика заключена в концентрации главных целей и выработке тактики рыночного участия в ближайший период. Особую значимость миссия-политика приобретает в процессах реструктуризации и диверсификации. В этих целях организуются круглые столы в форме «мозговой атаки» но обсуждению проблем конкретной территории. Для команды маркетологов и менеджеров по продажам часто используются тренинги по тематикам: «Техника эффективных переговоров», «Искусство эффективных продаж», «Качество обслуживание», «Искусство эффективной презентации» и т.п.

Миссия-политика предполагает и локальные стратегии для внутренних структурных подразделений по обоснованию приоритетных задач. Практика отмечает важность миссии-политики в системе маркетинга территорий для успешного продвижения ее корпоративных марок во всех странах мира. Иными словами, миссия определяет поступательное развитие компаний конкретной территории, их корпоративное влияние в целевом сегменте, тактику рыночного участия для сохранения долгосрочных отношений с покупателями и деловыми кругами общественности.

Большое внимание в рамках позиционирования необходимо уделять стилю, т.е. совокупным стратегиям компаний конкретной территории, формам и методам их достижения, способам продвижения продукта, организации социальных акций бизнеса, внедрению корпоративных стандартов качества обслуживания, безопасности труда, охраны окружающей среды. Стиль — это, прежде всего, своеобразная идентификация оформления документов, организационного поведения и корпоративной ответственности.

Корпоративный стиль предполагает некую уникальность и самобытность, определяющие успех позиционирования компании конкретной территории. Стиль в отличие от стабильного имиджа является динамичной характеристикой, так как предполагает многообразие форм и методов ведения бизнеса и в первую очередь культуру взаимодействия с клиентами.

Перечисленные принципы позиционирования направлены на обеспечение эффективности рыночного участия для любой компании конкретной территории.

Представителям отечественного бизнеса на практике не всегда удается успешно реализовать принципы позиционирования и тем самым в длительной перспективе сохранять лидирующее положение и корпоративное влияние на конкретной территории. На практике этот процесс часто блокируется отсутствием времени, недостаточностью ресурсов и низким уровнем профессионализма.

Мастерство менеджмента проявляется не только в разработке принципов позиционирования, но и их реализации в определенной последовательности основных этапов рыночного участия.

Позиционирование представляет собой органический симбиоз маркетинговых исследований оценки рыночной среды и целевых сегментов, системного анализа передовых форм и методов маркетинга территорий и принятия управленческих решений позиционирования с учетом реального ресурсного потенциала конкретной территории.

Важнейшая компонента системы позиционирования территории — это позиционирование товара конкретной территории в результате оптимального размещения в рыночном пространстве в целях максимального приближения к покупателю. Позиционирование товара конкретной территории является многообразным процессом представления товара покупателю
с учетом не только его цены, качества, но и таких характеристик, как популярность торговой марки, стимулирование его реализации, сервиса обслуживания.

В настоящее время ключевыми направлениями и целями деятельности позиционирования территорий можно считать следующие.

1. Разработка маркетинговой стратегии продвижения регионов (города, области, субъекта РФ):

• анализ текущего положения дел: опросы, анализ СМИ, анализ интернет-пространства;

• разработка концепции имиджа и позиционирования региона (страны, края, города);

• выделение сильных, привлекательных сторон региона для разных аудиторий;

• разработка комплекса мероприятий по реализации стратегии: сайт, рекламные и PR-кампании.

2. Разработка стратегии продвижения имиджа внутри России:

• анализ СМИ: упоминание, сравнение с аналогичными регионами, анализ основных тем, анализ отношения журналистов и общественности;

• формирование базы целевых СМИ, формирование пула лояльных СМИ;

• организация пресс-туров;

• системная работы с федеральными СМИ по привлечению внимания к региону.

3. Коммуникационные программы поддержки регионов:

• инвестиционные ярмарки;

• популяризация известных историко-культурных объектов.

Пример из практики

С 4 апреля 2013 г. на телеканале «ТВЦ» (в региональной телесетке) выходит в эфир телепрограмма «Дневник путешественника», посвященная Смоленской области. Программа является одним из проектов, реализуемых Координационным советом по развитию индустрии туризма «Регионы России — Московское соглашение», и знакомит телезрителей с достопримечательностями, способствует информационному продвижению туристских

маршрутов, развитию внутреннего и въездного туризма в целом. Съемки телепрограммы, посвященной данному региону, проходили в марте 2013 г. при содействии Главного управления международных связей, регионального со трудничества и туризма и Аппарата Администрации Смоленской области. В числе достопримечательностей, с которыми программа знакомит зрителя, — храмы XII в. (Петра и Павла, Архангела Михаила, Иоанна Богослова), Свято-Успенский кафедральный собор, Смоленская крепостная стена, памятники Отечественной войны 1812 г., Свято-Троицкий Герасимо-Болдинский мужской монастырь. [2]

• благоустройство объектов туристского показа;

• организация изготовления и реализации сувенирной продукции;

• развитие инфраструктуры лечебно-оздоровительного туризма;

• организация и проведение семинаров, конференций, выставок и других массовых мероприятий, в том числе театрализованных и приуроченным к датам отечественной истории, внедрение современных технологий туристского обслуживания.

Кроме этого, позиционирование территорий предусматривает:

• анализ репутации региона;

• разработку маркетинговых стратегий продвижения регионов;

• брендинг регионов и территорий;

• определение и экспертную оценку инвестиционных площадок;

• обеспечение и осуществление разработки и обустройства новых туристских маршрутов на территории конкретной области;

• реализацию маркетинговых и коммуникационных программ;

• участие в международных, всероссийских и межрегиональных выставочных мероприятиях.

Пример из практики

Из числа выставочных мероприятий позиционного характера, в которых Смоленская область приняла активное участие, следует отметить следующие: VIII церковно-общественная выставка-форум «Православная Русь — к Дню народного единства», участие в церемонии открытия которой приняли Святейшей Патриарх Московский и всея Руси Кирилл, губернатор Сергей Владимирович Антуфьев, епископ Смоленский и Вяземский Феофилакт и главный федеральный инспектор в Смоленской области Владимир Григорьевич Слепнев. Для участия в выставке Администрация Смоленской области и Смоленская епархия подготовили совместную экспозицию под объединенным названием «Смоленский край — земля Патриарха», приуроченная к годовщине избрания и интронизации Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла. Организаторами выставки выступили Главное управление международных связей, регионального сотрудничества и туризма, Смоленская епархия и государственный музей-заповедник. Экспозиция выставки рассказывала о годах служения Предстоятеля Русской Православной Церкви на Смоленской земле в чинах архиепископа и митрополита, его вкладе в духовное возрождение края и восстановление православных святынь, в сотрудничество духовных и светских властей во многих сферах жизни. Само название выставки «Смоленский край — земля Патриарха» с одобрения Святейшего Патриарха Кирилла уже стало своеобразным брендом региона, лейтмотивом сотрудничества духовных и светских властей но созданию в Смоленске Всероссийского паломнического центра.

Смоленская область на постоянной основе принимает участие в крупнейшей международной туристской выставке Северо-Запада России Inwetex-Cis Travel Market. Так, в 2012 г. экспозиция Смоленщины была подготовлена Администрацией города Смоленска.

Туристский потенциал региона был представлен предложениями от компаний, активно занимающихся развитием внутреннего и въездного туризма, — «На семи холмах», «Меридиан», «Смоленсктурист», Smolensk Travel, а также Национального парка «Смоленское Поозерье».

С 18 по 22 февраля 2013 г. экспозиция, посвященная Смоленской крепостной стене, была представлена на Международной туристско-исторической выставке «Замки, кремли и дворцы» в выставочном центре «Крокус-Эксно». Экспозиция была подготовлена администрациями Смоленской области и города Смоленска и включала в себя историю создания этого оборонительного сооружения, технологию строительства, а также вопросы ее современного состояния и использования.

Развитие позиционирования территорий в стране ведет к привлечению инвестиций, к развитию регионов, занятости населения, пополнению как региональных, так и федерального бюджетов, развитию сопутствующих отраслей хозяйствования, а именно сферы социокультурного сервиса. При этом стратегически важным становится решение вопроса патриотического воспитания молодежи, основанного на исторических аспектах развития краев, регионов и страны в целом.

Источник:
https://studme.org/223931/marketing/kontseptsiya_pozitsionirovaniya_territorii?ysclid=lh5zw5fqx997881329

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Базовые элементы айдентики?
2. Чем айдентика отличается от фирменного стиля?
3. Основные виды айдентики: динамическая и статическая?
4. Как выбрать тип айдентики?
5. Как создать свою айдентику?
6. Примеры айдентики брендов?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Ребрендинг территории: технологии туристской индустрии

Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Удачные и неудачные практики	Вводная лекция

	брендирования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Бренд как точка роста экономики туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов

Текст лекции.

Успех территорий во многом связан с их самобытностью. Но эту самобытность еще надо донести до масс. Как это сделать? Для этого служат региональные бренды. Но как их правильно построить? Как заложить в них сущность города, деревни или региона?

Капитал страны в Яндекс Дзен

Капитал страны в Яндекс Новости

Развитие регионов во многом зависит от того, насколько успешно удается им продвигать свои товары и привлекать инвестиции. Какую помощь в этом могут оказать бренды городов и регионов? Каковы секреты построения успешного бренда? Как влияют бренды территорий на социальную стабильность и отношения с федеральными властями?

Попытаемся ответить на эти вопросы хотя бы в первом приближении.

1. Бренды в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов. "В современном мире... любое территориальное образование неизбежно перевязано множеством нервов и артерий с другими территориями - транспорт, связь, энергетика, вода, финансы и многое другое. Источники выживания территориального образования находятся теперь уже вовне - в том смысле, в котором его выживание становится возможным только внутри определенной транс-территориальной системы. И чем больше современная территория способна ресурсов привлечь извне, переработать и отдать, тем эффективнее сегодня ее жизнедеятельность", - подчеркивает Мирослав Кошелюк, кандидат психологических наук, генеральный директор Агентства коммуникационного менеджмента "Принцип PR". В условиях конкуренции за привлечение внешних ресурсов одним из наиболее действенных инструментов становится бренд региона или города.

"Общественно-политическая, культурно-историческая, инвестиционная привлекательность регионов не возникает на пустом месте, а является следствием сформированного и актуализированного имиджа. Имидж является одним из определяющих факторов восприятия регионов и формирования вокруг них дружественной общественной среды. Это, в свою очередь, оказывает самое непосредственное влияние на лояльность со стороны федерального центра, других субъектов Российской Федерации, международного сообщества", - отмечалось на сайте "БайкалPRоекта-2007".

"Основная задача любого бренда - вызвать доверие и построить отношения, основанные на доверии. Если территория обладает собственным брендом, именем, которое привлекает внимание, которому доверяют, значит, такая территория будет к себе привлекать инвестиции в широком смысле слова. Если она не обладает брендом, то она будет вариться в собственном соку и в лучшем случае использоваться как некая сырьевая база", - поясняет Александр Мельников, бизнес-тренер, управляющий партнер TERRA LIBERA Group.

"Бренд региона позволяет администрации и деловым кругам наиболее эффективно взаимодействовать с различными целевыми группами: инвесторами, межрегиональными и экспортными рынками, населением, туристами. Он переводит стратегические преимущества территории на язык, понятный этим группам, и многократно усиливает значимость этих преимуществ", - подчеркивает Андрей Стась, основатель и управляющий партнер компании Stas Marketing Partners.

"Очень часто не только иностранцы не знают, что происходит у нас в "глубинке", но и мы, жители страны, не владеем информацией. А без такой информации, без подчеркивания наших преимуществ трудно говорить об успешном развитии территорий и городов. Надо привлекать внимание, объяснять, чем мы лучше, почему именно к нам, на эти территории, должны прийти, например, инвестиции", - отмечает Александра Очирова, руководитель рабочей группы Общественной палаты РФ по формированию положительного образа России в стране и за рубежом. По ее мнению, недостаточное внимание, которое уделяют брендингу, является одной из причин того, что "в десятки раз разнятся средние доходы на душу населения в разных российских регионах. Деньги никогда не приходят в совершенно незнакомое место, "втемную", и там, где об этом не задумываются, не досчитываются многих потенциально возможных инвестиций", - поясняет она.

Артем Шадрин, представитель Минэкономразвития России, указывает четыре цели, к которым следует стремиться, продвигая бренд: поддержка продвижения товаров (в том числе товаров на экспорт), произведенных в регионе; привлечение инвестиций; поддержка туризма, превращение региона в привлекательную для посещений территорию; привлечение квалифицированной рабочей силы.

2. Секреты построения успешных брендов. Создание и продвижение брендов городов и регионов - еще очень молодая тенденция. Тем не менее, в этой области уже сложились определенные методики. В качестве брендов могут использоваться любые символы, имена, достопримечательности, связанные с этим регионом и вызывающие положительные эмоции. "Бренд - это то, что можно попробовать на вкус, посмотреть, посетить, купить. И про что мы склонны сказать: а, да, знаем", - поясняет Андрей Щербак, эксперт фонда социально-экономических исследований "Технологии развития". Стоит подчеркнуть, что удачный брендинг территории, прежде всего, зависит от активности ее администрации.

В качестве брендов регионов довольно успешно могут использоваться специфические товары, производимые в регионе. Часть регионов уверенно сохраняет и использует доставшиеся по наследству бренды, как, например, минеральные воды "Ессентуки" и "Нарзан" в Ставропольском крае. Однако из-за недостаточной активности администрации эти известные бренды все же вытесняются более новыми, но раскрученными и, к сожалению, не имеющими отношения к региону - такими как "Бон Аква" и "Аква Минерале".

Между тем есть надежда, что в России может появиться традиция, известная уже во всем мире, - патентовать торговую марку товара по месту его происхождения. Так, администрация Вологодской области зарегистрировала в Роспатенте товарную марку "Вологодское масло", а астраханская администрация - товарные знаки "Астраханский арбуз",

"Астраханские томаты" и "Астраханская рыба". В то же время тульские власти никак не используют знаменитые бренды пряников, самоваров и оружия, поскольку эти бренды принадлежат производителям, и власть не может контролировать их использование и облагать их налогами. Некоторые бренды постепенно утрачивают свою актуальность, как, например, хохлома в Нижегородской области, некоторые, наоборот, воссоздаются - как, например, фирменная медовуха в Суздале Владимирской области.

Брендом может стать и некое историческое событие, имеющее отношение к региону. Так, Нижегородская область возродила бренд Нижегородской ярмарки и представила его в качестве одной из визитных карточек столицы региона. "Очевидно, что помимо прямых экономических выгод от выставочной деятельности область получает и весомую символическую выгоду", - отмечает Андрей Щербак.

Костромская область позиционирует себя как родину российской государственности. Именно отсюда в 1613 году отправился на царство в Москву 16-летний Михаил Романов, ставший основателем последней династии российских царей. В связи с этим у Костромы есть шанс стать официально признанной столицей празднования 400-летия Дома Романовых, которое будет отмечаться через 4 года. Пока же в регионе активно используется бренд "Иван Сусанин". Здесь открыты туристический маршрут "Сусанинская тропа" с театрализованным действом и Музей сусанинского подвига; подле Домнинской церкви установлен памятный крест (по одной из версий, герой лежит именно тут); выпускается водка "Иван Сусанин". Планируется и осмотр мест гибели героя с дельтаплана. При этом скептические замечания историков о том, что подвиг Сусанина, скорее, миф, чем правда, не мешают развитию бренда. "Красивая сказка - хоть ложь, да опора", - справедливо заметил Андреас Фон Бальдур.

Мифы, сказки и легенды тоже могут стать вполне успешными брендами регионов. Самый известный пример - проект "Великий Устюг - родина Деда Мороза", начатый в 1999 году в Вологодской области.

Стоит отметить, что для того, чтобы бренд стал успешным, мало выбрать удачную идею, необходимо еще и грамотное управление проектом. Примерно в то же время, когда Устюг был объявлен родиной Деда Мороза, Кострома объявила себя родиной Снегурочки. И не без основания - в имении Щелыково Костромской области Римский-Корсаков написал оперу "Снегурочка". Однако проект со Снегурочкой до сих пор известен гораздо меньше, костромской снегурочке еще только предстоит обзавестись своей почтой и резиденцией. Пока же в регионе выпускаются водка и минеральная вода под названием "Костромская Снегурочка" и проводится конкурс "Русская краса - Костромская Снегурочка".

При построении бренда территории действуют те же принципы, что и в бизнесе - найти и усилить региональные преимущества, ретушировать недостатки. "Не стоит искать специфику только в производстве какого-либо продукта. Большинство новейших технологий через некоторое время легко копируются: пример Китая это подтверждает. Нужно заглянуть в прошлое, придать новое звучание старым фактам, проявить уникальность территории и создать чудесную мифологическую историю, на которой будет основан бренд", - резюмирует Александр Мельников, бизнес-тренер, управляющий партнер TERRA LIBERA Group (Санкт-Петербург).

При этом всегда стоит помнить, что особенности города или региона, выбранные в качестве бренда, обязательно должны вызывать положительные ассоциации. Так, например, позиционирование Урала как места расстрела царя вряд ли можно счесть удачным, поскольку такой бренд вызывает подсознательные сомнения в стабильности и безопасности региона.

Кроме того, бренд должен быть правдивым и иметь под собой реальную основу. "Продвижение бренда, не подкрепленного фактами, сродни голословным обещаниям. Бренд - это быть, а не казаться", - подчеркивает Олег Фомичев, директор департамента Минэкономразвития России.

3. Удачный бренд, рост экономических инициатив в регионе и оптимизация расходов на различные проекты. Удачно найденная идея для бренда способна оживить экономику региона. Так, например, для Южского района Ивановской области Андрей Большунов, эксперт Всероссийского Совета местного самоуправления (ВСМС), общественной организации при думской фракции "Единая Россия", предлагает использовать в качестве бренда образ князя Дмитрия Пожарского. Здесь, на селе Мугреево, находилась его бывшая вотчина, сюда к нему являлось посольство из Нижнего Новгорода. Здесь он формировал свое ополчение. Рядом ополчение принимало присягу, отсюда оно двинулось на Москву. Такой бренд, по мысли Андрея Большунова, может быть востребован политическими, патриотическими и православными элитами. Если это предложение будет воспринято, тогда там начнут создавать мемориальный комплекс Дмитрия Пожарского, начнет развиваться туризм. Понятно, что туристы потянут за собой предпринимателей из других отраслей. При этом, что немаловажно, возникает простор для инициативы местных предпринимателей, которые могут строить свой бизнес с учетом особенностей региона.

"Кроме того, разработка стратегии и программы комплексного продвижения бренда позволяет оптимизировать бюджетные и внебюджетные расходы на информационные, социо-культурные, спортивные и другие проекты, которые в любом случае происходят в городах и регионах. При комплексном подходе результаты реализации данных проектов не являются разрозненными, а целенаправленно синтезируются в усиление бренда, развитие положительного образа региона и его руководителей в восприятии целевых аудиторий: органов федеральной власти, российских и зарубежных инвесторов, ассоциаций бизнеса, институтов гражданского общества, средств массовой информации", - отмечает Андрей Шаромов, руководитель проекта создания бренда и укрепления региональной идентичности Ханты-Мансийского автономного округа.

В качестве примера грамотного использования регионального бренда, способного превратиться в целую программу развития, можно привести принятую программу празднования 300-летия Михаила Ломоносова в Архангельской области. Указ о праздновании в 2011 году юбилея Ломоносова был подписан 21 сентября 2006 года президентом Путиным. Регион собирается потратить на празднование юбилея порядка 8 млрд. рублей: 4 млрд. рублей - федеральные средства, 2 млрд. рублей - средства Архангельской области и 2 млрд. рублей - внебюджетные средства. Из этой суммы значительная часть пойдет на развитие науки и образования в регионе. Без столь своевременно заявленного бренда вряд ли бы кто вспомнил о нуждах небогатого, отдаленного от Москвы региона.

4. Региональный бренд и отношения с федеральными властями. "Бренд региона может использоваться в качестве инструмента госполитики, - утверждает экономист Магомет Яндиев, доцент МГУ им. М.В.Ломоносова. - В современной России отношения между федеральными и региональными элитами носят неформальный, субъективный характер и в этих условиях бренд региона может стать мощным инструментом как защиты финансовых и иных интересов региона от федерального центра, так и цивилизованного давления на него. Например, бренд "Наша республика добровольно вошла в состав России столько-то столетий назад" до сих пор обеспечивает дополнительное финансирование из федерального бюджета и

определенное снисхождение Федерации от "ошибок" при их расходовании", - поясняет экономист.

5. Удачный бренд и социальная стабильность в регионе. Не менее важно и то, что бренд региона помогает обеспечить социальную стабильность. Он повышает уровень самооценки местных жителей, делая их проживание более комфортным и менее конфликтным. Ведь создать бренд - это значит осознать все достоинства и всю уникальность города или региона. Следствием создания брендов, помимо прочего, должна стать большая самодостаточность регионов и их меньшая зависимость от центра - по крайней мере, в мировосприятии их жителей.

"Так называемые "регионы" должны стать "столицами", должны сами стать источниками инноваций, новых идей и нового качества жизни. Развиваться должны самостоятельно, а не по указке центра. Центр должен дать им такую возможность", - считает Василий Гнедовский, руководитель проектов Российского Института Урбанистики.

Не случайно в последнее время различные российские города позиционируют себя в качестве своеобразных столиц России. Так, в апреле этого года Нижний Новгород закрепил за собой название "Столица Поволжья", а Казань зарегистрировала в Роспатенте товарные знаки "Третья столица", "Третья столица России", "Третий город", "Третий город России", а также «Russia's third capital». Уже признан на международном уровне бренд "Кострома - ювелирная столица России". Летней столицей России называет себя Сочи.

Однако для осознания собственной ценности и значимости региону совсем не обязательно объявлять себя столицей. Отличный пример - Урюпинск, ставший символом российской глубинки. Этот город удален от всех крупных центров: до Волгограда - 340 км, до Воронежа - 315, до Тамбова - 250, до Ростова - около 500. Символично, что железнодорожная ветка обрывается прямо в центре города - дальше пути нет. Настоящая глубинка. Но именно на этом и сыграли отцы города, когда поняли: чтобы выжить и процветать, нужны нестандартные подходы. Так в 2000 году был разработан бренд-проект "Урюпинск - центр российской провинции". Знаменитая фраза из анекдота стала символом возрождения: чуть ли не все в городе хотят сделать так, чтобы у россиян действительно возникло желание бросить все и приехать в Урюпинск. Местная текстильная фабрика обрела второе дыхание не в последнюю очередь из-за выпуска маек с кричащими слоганами: "Брошу все - уеду в Урюпинск", "Москва - Париж - УРЮПИНСК", где Урюпинск обозначен как пуп земли. Понятно, что они пользуются очень большим спросом у гостей-туристов.

Однако жители города на этом не остановились. С недавних пор у города появился праздник, который вряд ли отмечается где-то еще в России - день козы. Урюпинские козы славятся необыкновенно теплым, тонким и нежным пухом. Их неоднократно пытались перевезти и разводить в других местах и районах, но ничего не получалось, мех терял свои уникальные качества. Коз здесь держат в каждом втором дворе, местное предприятие "Узоры" изготовляет и продает по всей России изделия из мягкого шелковистого козьего пуха. Праздник стал, пожалуй, пиком деятельности администрации Урюпинска и ее руководителя мэра Валерия Сушко по реабилитации знаменитого урюпинского пухового промысла, существующего, по меньшей мере, 100 лет. Кроме того, в городе установлен памятник козе, открыт музей козы, проходит конкурс "Мисс козочка" и чемпионат по забиванию козла.

6. Бренд как стратегический план развития территории. Бренд региона или города, помимо прочего, может задать стратегический вектор развития территории. Однако для того чтобы этот план оказался жизнеспособным, в основе бренда должна лежать сильная идея,

которая представляет город как явление в стране и мире и позволяет совместить интересы многих десятков и сотен тысяч людей, населяющих его территорию.

По мнению Александра Мельникова, бизнес-тренера, управляющего партнера TERRA LIBERA Group, выявить эту сильную идею можно, опираясь на территориальные особенности региона или города. При этом он предлагает осмысливать территорию через архетипические образы, поскольку они присутствуют в сознании каждого человека и, значит, понятны любому. Создатель аналитической психологии, знаменитый швейцарский психолог Карл Густав Юнг, писавший, что "архетипов ровно столько, сколько типичных жизненных ситуаций", в своих работах описал их около десятка. Маргарет Марк и Кэрол Пирсон в книге "Герой и бунтарь" предлагают модель, использующую двенадцать ведущих архетипов. Разделив двенадцать архетипов на четыре группы, авторы соотносят их с четырьмя ведущими человеческими мотивациями, образующими две пары, которые находятся в постоянном противоречии: "Принадлежность-Независимость" и "Стабильность-Развитие". Получается следующая система:

* Славный Малый, Любовник, Шут (ведущая мотивация - принадлежность);

* Герой (Воин), Бунтарь, Маг (ведущая мотивация - развитие, изменения);

* Простодушный, Искатель, Мудрец (ведущая мотивация - независимость);

* Заботливый, Творец, Правитель (ведущая мотивация - стабильность).

При этом Александр Мельников отмечает, что "любой архетип может проявиться только в контексте окружающего. Архетип Героя, если некого спасать, не проявится". "Если мы рассматриваем архетип города или деревни, то мы рассматриваем этот архетип в контексте территории, на которой он расположен, в частности, в контексте страны. Чем он является для страны, как он появился, зачем, что он делает для этой страны", - поясняет он.

В качестве примера он анализирует архетип своего родного города Санкт-Петербурга. "В последние годы он продвигается как минимум в нескольких ипостасях: "Город знаний" (архетип Мудреца); "Культурный центр/Город-музей" (вероятно, архетип Шута) и "Северная столица" (архетип Правителя). Ни один из этих архетипов не отражает подлинности города и территории, на которой он расположен. Как результат - серьезное размывание нынешнего бренда по сравнению с прежним (Ленинградом), постоянное соперничество с Москвой, обретение городом имиджа бандитской столицы, а в последнее время еще и националистической столицы. А ведь ведущий архетип лежит на поверхности. Вспомните, город основан Петром Первым как ВЫЗОВ: "Окно в Европу", "Морские ворота", "Отсель грозить мы будем шведу", "Россию поднял на дыбы"... Петербург построен на местности, которая в принципе для жизни не подходит, - на болоте. На этой территории никогда раньше люди не селились. Есть древние поселения в Старой Ладоге, есть Копорская крепость на Карельском перешейке. Но на месте современного города поселений не было! О петербургском климате слышали даже те, кто там ни разу не бывал. Город трижды менял имя: город трех революций, город-герой, выстоявший в блокаду 1941-1944 годов. А о Санкт-Петербурге как магическом городе написано множество произведений. Это очень изменчивый город, начиная с погоды и заканчивая восприятием его человеком. Очень противоречивый город.

"Я была там много раз, и мое восприятие города зависит от того, с какой целью ездить. Когда была цель изучить культурные памятники - конечно, дворцы и огромное количество фонтанов поражают. Царственность. Но один раз я туда ездила с целью изучить места Достоевского - страшно, это было нечто. Пройти все эти закоулки мне было очень страшно. В тот момент мне этот город показался настолько узким, убогим, совершенно другим. Это

зависит от того, какую цель преследуешь и чего желаешь в этот момент", - таково свидетельство гостьи города.

Конечно, ведущий архетип Санкт-Петербурга - Герой-Бунтарь-Маг. Что не мешает ему оставаться и городом знаний, и одним из крупнейших в мире культурных центров, и музеем под открытым небом, и Северной столицей, и крупным научно-промышленным центром.

Харизматические, архетипические смыслы Санкт-Петербурга, как и любой другой территории, для России и для мира в целом требуют серьезного и глубокого осмысления. Пока такого осмысления нет, бренд и харизма остаются "независимыми" друг от друга, что порождает разрыв между подлинностью и проявленностью ее в социуме, в восприятии ее в коллективном, массовом сознании. И тогда архетип Героя начинает воплощаться в "бандитский Петербург", а архетип Бунтаря - в "националистический Петербург". Нет смысла сетовать на то, что эти "имиджи" навязаны городу конкурентами и недоброжелателями, что так любят делать городские чиновники и правоохранительные органы. У города есть "архетипическая предрасположенность" к проявлению героизма и бунтарства, революционности. И эта предрасположенность реализовывалась на протяжении всей истории города. И если сегодня не осознать созидательную направленность этих тенденций, не начать управлять ими, используя для развития и созидания, то они будут по-прежнему проявляться спонтанно и разрушительно. С архетипом шутить нельзя: или мы управляем архетипом, а значит, управляем и значением бренда, или архетип управляет нами. По собственному усмотрению. Со всеми вытекающими последствиями. Что в свою очередь ведет к недосозданию добавленной стоимости бренда и, соответственно, к недополучению прибыли. Так справедливо считает Александр Мельников.

Из всего сказанного можно сделать вывод: брендинг территорий - дело нужное и ответственное. Помимо всего перечисленного, успешное продвижение бренда свидетельствует о неравнодушии администрации к судьбе и престижу вверенного ей региона, об умении строить отношения с бизнесом, а, значит, и о том, что у региона есть шансы на развитие и процветание.

Источник: https://kapital-rus.ru/articles/article/brending_territorij_kak_put_k_spaseniyu_depressivnyh_regionov/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. SWOT: анализ положения и перспектив территории.
2. PEST-анализ, как инструмент изучения внешней среды
3. Цели, задачи, инструменты программы продвижения территории.
4. Реструктуризация информационной среды как вариант продвижения территории.
5. Роль и значение образования в программе продвижения территории.
6. Роль и значение рекламы в продвижении территории.
7. PR как инструмент продвижения.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Брендинг территории и брендирование территории

Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятия брендинга территорий; виды брендов территории	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Структурированный подход к брендингу территорий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Основные принципы разработки образа бренда территориальной торговой марки.

2. Бренд как «сильная» торговая марка. Основные преимущества территориального бренда.
3. Основные способы разработки позиционирования территориальной торговой марки.
4. Требования к выбору позиции территориальной торговой марки.
5. Основные тезисы теории позиционирования торговой марки.
6. Идентификационный комплекс территориальной торговой марки.
7. Репутационные характеристики территориальной торговой марки.
8. Ценностные характеристики территориальной торговой марки.
9. Целевые аудитории торговой марки объектов территорий.
10. Стейкхолдеры территориальных торговых марок.
11. Основные задачи брендинга территорий.
12. Сущность брендинга территорий.
13. Стратегии маркетинга территорий.
14. Конкуренция объектов территорий.
15. Основные задачи маркетинга территорий.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Брендинг территории и брендирование территории

Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Сущность маркетинга и брендинга территорий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Маркетинг территорий в России	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Коммуникационная политика объектов территориального маркетинга и брендинга.
2. Легенда территориального бренда.
3. Портрет территориального бренда как личности, взаимоотношения типичного потребителя и
4. территориального бренда.
5. Эмоциональные выгоды территориального бренда.
6. Физические атрибуты территориального бренда. Рациональные выгоды территориального бренда.
7. Суть / миссия территориального бренда. Обещание территориального бренда.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: кейс-задание.

1. Изучение видов бренда территории.

2. Разработка проекта нивелирования стереотипов туристской дестинации/города/территории.

3. Оценка затрат на реализацию проекта

Методические материалы к выполнению см. раздел 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1:

Форма рубежного контроля – презентация и защита реферата (эссе) по теме выполненного практического задания.

Темы рефератов:

1. Изучение видов бренда территории.

2. Разработка проекта нивелирования стереотипов туристской дестинации/города/территории. Оценка затрат на реализацию проекта

Методические материалы к выполнению см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Ребрендинг территории: технологии туристской индустрии

Тема 2.1. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Концепция бренда города	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Работа с городским пространством	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Практические примеры формирования брендинга территории
2. Логотип места: современные подходы к формированию территориальной айдентики
3. Территориальный бренд государства. Символы с точки зрения брендинга.
4. Территориальный бренд государства. Базовая ценность.
5. Территориальный бренд государства. «Узловые точки» разработки доминантного образа бренда.
6. Территориальный бренд государства. Сущность и основные задачи.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Ребрендинг территории: технологии туристской индустрии

Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Удачные и неудачные практики брендирования	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Бренд как точка роста экономики туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое приверженность к бренду (BrandLoyalty)
2. Что такое рекламный бренд-слоган
3. Что такое релевантность бренда (BrandRelevance)
4. Что такое степень известности бренда (BrandAwareness)
5. Что такое стоимость бренда (BrandValue)
6. Что такое товарный бренд-нэйм
7. Что такое формула бренда

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: кейс-задание.

1. Выбрать туристскую дестинацию и разработать проект с включением следующего обязательного раздела: анализ конъюнктуры рынка туристских услуг.
2. Выбрать туристскую дестинацию и разработать проект ребрендинга

Методические материалы к выполнению см. раздел 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:

Форма рубежного контроля – презентация и защита реферата (эссе) по теме выполненного практического задания.

Темы рефератов:

1. Выбрать туристскую дестинацию и разработать проект с включением следующего обязательного раздела: анализ конъюнктуры рынка туристских услуг.
2. Выбрать туристскую дестинацию и разработать проект ребрендинга

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТУРИТСКОГО БРЕНДИРОВАНИЯ

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Стратегическое управление туристскими проектами»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва 2025

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи заключает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Понятие бренда и его составляющие	
Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий	основные понятия брендинга территорий; виды брендов территории; предпосылки возникновения территориальных брендов; брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места; исторические формы продвижения территорий; возникновение названий-брендов; структурированный подход к брендингу территорий; моногорода - заложники корпоративных брендов; брендинг территорий в бывшем СССР; брендинг в информационную эпоху.
Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий	сущность маркетинга и брендинга территорий; вредные стереотипы брендинга территорий; маркетинг территорий в России.
Раздел 2. Современные технологии брендинга в туризме	
Тема 2.1. Технология позиционирования города:	факторы, формирующие бренд города; айдентика туристского пространства; визуализация айдентики в

поиск городской идентичности и разработка концепции бренда	бренде; логическая схема брендинга города; концепция бренда города: идея бренда города, ценности бренда, дизайн бренда; восприятие (имидж) бренда города: капитал бренда, различительная способность бренда, лояльность бренда. работа с городским пространством: визуализация бренда; работа с городской инфраструктурой: закрепление бренда; культурная жизнь в городе: «оживление» бренда. Экономика событий; производственный туризм; эффект Бильбао; роль киноиндустрии в формировании бренда города; общественная дипломатия и социальные медиа; оценка успешности брендинга города; бренды в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов; методы построения успешных брендов; значение бренда для роста экономических инициатив в регионе и оптимизации расходов на различные проекты; удачная идея для бренда как фактор оживления экономики региона; региональный бренд и отношения с федеральными властями; удачный бренд и социальная стабильность в регионе.
Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов	экономика событий; производственный туризм; эффект Бильбао; роль киноиндустрии в формировании бренда города; общественная дипломатия и социальные медиа; оценка успешности брендинга города; бренды в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов; методы построения успешных брендов; значение бренда для роста экономических инициатив в регионе и оптимизации расходов на различные проекты; удачная идея для бренда как фактор оживления экономики региона; региональный бренд и отношения с федеральными властями; удачный бренд и социальная стабильность в регионе.
Раздел 3.Продвижение бренда туристской территории	
Тема 3.1 Методы и инструменты продвижения бренда территории	Инструменты продвижения бренда туристской территории, реклама, виды рекламы, специализированные выставки, продвижение в социальных сетях. Взаимодействие с потребителями. Носители логотипов бренда и их распространение.
Тема 3.2 PR бренда территории и цифровое продвижение	PR бренда, альтернативные способы продвижения: спонсорство, благотворительность. Формирование лояльности потребителей к бренду. Цифровой маркетинг бренда, SMM, инструменты анализа – wordstat и др.

Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания.

Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность люден (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степень сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредствам применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставиться проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ.

Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Понятие бренда и его составляющие

Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое «Торговая марка»?
2. Какие бренды товаров и услуг вам известны?
3. Сделаете ли вы выбор в пользу бренда или нет.
4. Что вы знаете о моногородах?

Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем заключается брендинг территорий?
2. Что вам известно о брендинге времен СССР?
3. Дайте определение понятию «маркетинг территории»
4. Какие стереотипы о странах вам известны?
5. Какие стереотипы о России вам известны?

Раздел 2.

Современные технологии брендирования в туризме

Тема 2.1. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда

Вопросы для самоподготовки:

1. Изучите логотипы города и сделайте выводы о соответствии духу города
2. Изучите бренд буки города и оцените возможность их применения
3. Что такое визуализация бренда?
4. Как вы понимаете айдентику бренда?
5. Организационная основа брендинга: управление брендом.

Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов

Вопросы для самоподготовки:

1. Продвижение бренда: прямая и косвенная коммуникация.
2. Приведите примеры городов, туристская привлекательность которых увеличилась после культурных событий
3. Оцените влияние кинематографа на продвижение брендов
4. Приведите примеры городов, туристская привлекательность которых увеличилась после ребрендинга
5. Приведите примеры удачного и неудачного ребрендинга

Раздел 3. Продвижение бренда туристской территории

Тема 3.1 Методы и инструменты продвижения бренда территории

Тема 3.2 PR бренда территории и цифровое продвижение

Вопросы для самоподготовки:

1. Разработка коммуникационной стратегии бренда.
2. Интегрированные бренд-коммуникации: понятие, принципы реализации.
3. PR-продвижение бренда
4. Рекламные коммуникации по продвижению бренда.
5. Реклама бренда
6. Продвижение бренда посредством выставочной деятельности

7. Цифровое продвижение бренда

Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)

Раздел 1. Понятие бренда и его составляющие
Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий
Иллюстрации:



https://thepresentation.ru/img/tmb/2/130408/1c47b31a9fd8c0a25de81ab8b4ed6ff0-800x.jpg



https://avatars.mds.yandex.net/i?id=ec5f7bb4f6b44a908d6c03ced22fb028-4399581-images-thumbs&n=13

Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий
Иллюстрации:



https://present5.com/presentation/233887_134109282/image-19.jpg



https://avatars.mds.yandex.net/i?id=3b14cac4fb4b442a252cc6841feb3ef6-5288037-images-thumbs&n=13

Раздел 2.

Современные технологии брендинга в туризме

Тема 2.1. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда

Иллюстрации:



https://cf.ppt-online.org/files/slide/b/BotGv5FfWYZRJaTKH132LOXIjgPicr7ywkdQ9x/slide-20.jpg



https://cf.ppt-online.org/files/slide/d/DkocY8fRzWAd6nbFZMa25jqxXupVy0IGP73UNH/slide-21.jpg



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493

САНКТ
ПЕТЕР
БУРГ

https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493

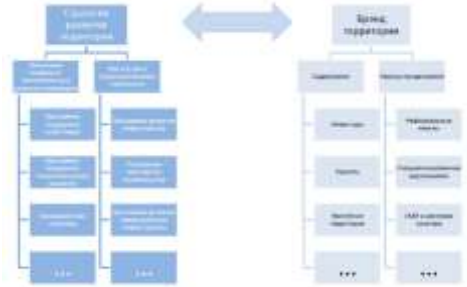


https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493

Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов
Иллюстрации:



https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/j/J1r3eMaUhTRIn28K46pd0ljCYLOsiE7QmyugWxHcV/slide-30.jpg



https://img-fotki.yandex.ru/get/6113/132629812.19/0_87f4e_9431ba27_XL

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в

тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с

выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.
3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;

7. выводы и оценки;

8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.

2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу, обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе,

конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятия брендинга территорий; виды брендов территории	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Структурированный подход к брендингу территорий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий.

Текст лекции.

Несколько глобальных факторов развития современного мира служат предпосылками распространения брендинга городов и даже делают его неизбежным.

Быстрый мир. Информационная среда, в которой мы живем, делает наш мир все более быстрым. Быстрым в плане изменчивости, которая иногда переходит в развитие. Все современное быстро перестает быть таковым. Жизнь инноваций все короче и короче. И пока мы размышляем о том, как бы сделать так, чтобы они появлялись и внедрялись в России, страны - лидеры мировой экономики задумываются над тем, как укладывать быстро возникающие ноу-хау в системы, пригодные для практического использования, и провоцировать возникновение новых и новых нестандартных открытий. Скоростная динамика, изменчивость - это не временный признак текущего этапа развития мира, а уже его перманентное свойство.

Однако поразительна не быстрота изменений в мире, а то что мы не успеваем заметить и оценить изменения. Мы сами часть ускоряющегося информационного потока. Каждый день мы тратим время на обработку все большего объема входящей информации. И столько же тратим на то, чтобы встроить в информационный поток свой ответный, исходящий вклад. Коммуникация забирает все больше нашего времени, которого не остается для анализа прокачиваемой информации.

В этих условиях перед каждым субъектом экономики стоит задача научиться быстро реагировать на перемены, подстраиваться под стремительно меняющиеся внешние возможности и угрозы, обновлять или даже изобретать себя заново. Только так можно сохранить конкурентоспособность. И такая задача стоит перед вузом, торговой сетью, телеканалом, научной лабораторией, музеем, страховой компанией и пр. В том числе такая задача стоит перед территорией - городом, регионом, страной.

Городские менеджеры, оценившие важность гибкого подхода к управлению, быстрого освоения новых технологий, новых инструментов развития, стремятся учиться этому. У одних администраций инновативная энергия проявляется в борьбе за международные гранты в сфере городского развития или в участии во всевозможных конкурсах и выставках. У других - в стремлении провоцировать постоянное кипение культурной жизни в городе, так что он становится модной площадкой для всевозможных культурных или спортивных событий, источником позитивных информационных поводов. В третьем случае городские администрации вообще выбирают производство инноваций в качестве градообразующей отрасли. Например, в индийском Бангалоре или малазийском Куала-Лумпуре все элементы городской среды настроены на то, чтобы стимулировать местных творческих людей к «производству» новых идей, проектов, изобретений.

Моделей и примеров «выхода» творческой энергии городов много, но реализуются почти все они с помощью трех инструментов: проектного менеджмента, частно-государственного партнерства и использования творческого потенциала жителей. Одна из главных задач, которые осознают передовые городские сообщества, - это идентификация (а когда надо - реидентификация) города - (пере-)осмысление его сути, определение лучшего пути развития и позиционирование новой концепции в информационном пространстве.

Мир образов вместо мира фактов: голливудизация экономики. Если все кинокомпании, работающие сегодня в Голливуде, перенести в любой другой штат, то их суммарная капитализация упадет, поскольку они уже не будут голливудскими компаниями. Они лишатся

принадлежности к этому бренду. Однако туристическая и инвестиционная привлекательность самого Голливуда не пострадает, поскольку это место имеет устойчивый и превосходный имидж «фабрики грез», связанный с именами великих мастеров и шедевров кинематографа.

Это говорит о том, что репутация места становится одним из главных нематериальных активов его развития. Таким же важным, как земля, инфраструктура и рабочая сила. И если имидж выигрышный, то он начинает приносить немалые деньги в местный бюджет. И наоборот, негативный имидж отпугивает инвесторов и туристов, но что хуже - меняет в худшую сторону отношение самих жителей к своей территории, вплоть до развития у них «чемоданных настроений».

Для понимания действительности человеку свойственно воспринимать ее через систему своих представлений о ней - сеткой образов, стереотипов, суждений, взглядов, ассоциаций, ценностей. «Информационная бомба, - пишет в своей проницательной «Третьей волне» Э. Тоффлер, - взрывается в самой гуще людей, осыпая нас шрапнелью образов и в корне меняя и восприятие нашего внутреннего мира, и наше поведение… Каждый из нас создает ментальную модель действительности, у нас в голове существует как бы склад образов. Одни из них визуальные, другие слуховые, есть даже тактильные».

Наши персональные системы представлений о мире (к сожалению или к счастью) отличаются большой устойчивостью. Если получаемая нами информация вписывается в нашу картину мира, мы доверяем ей. Если же не вписывается, мы подсознательно отметаем ее как ерунду или неправду. В результате у многих субъектов экономики возникает соблазн оказывать влияние не столько на реальные факты, сколько на системы представлений, складывающиеся образы. Но манипулировать символами не значит говорить о себе неправду (что неизбежно приводит к коллапсу). Это значит не забывать говорить о себе.

Благодаря феномену голливудизации активные территориальные элиты начинают осознавать, что имидж территории нельзя отпускать в свободное плавание по информационному пространству. Им нужно заниматься, вкладываться в него, а лучше всего - мысленно сформировать его идеальную конструкцию, а затем попытаться воплотить ее на практике. Поскольку в конкурентной борьбе за жителей, инвестиции и туристов территории должны осознать себя, свою идентичность, увидеть свои уникальные черты и возможности, с тем чтобы продуманно и гибко спозиционировать себя на «рынке мест».

Глокализация: мир городов вместо мира стран. «Думай глобально, действуй локально» - таков принцип градостроительства, авторство которого приписывают шотландскому урбанисту П. Геддесу и который стал девизом нового феномена постсовременности - глокализации. Глобализация не тотальна и, более того, сама же порождает обратный эффект. Чем сильнее прессинг глобальных стандартов поведения и потребления, тем сильнее потребность территорий (регионов и особенно городов - в силу их природного чувства свободы) «выбираться» из одинаковости, искать, культивировать и предъявлять миру свою уникальность. «Дабы не раствориться в потоке глобальной, усредненной масс-культуры, - замечает В. Штепа, - каждый регион просто вынужден создавать свой уникальный бренд, узнаваемый в мировом контексте. <…> Глокализация изменяет саму стратегию брендинга, требуя максимального учета культурных особенностей потребителя. “Локализуется” не только сам продукт, но и весь комплекс маркетинговых коммуникаций и порой даже имидж самих маркетологов...».

В результате глокализации растет культурное и архитектурное разнообразие мест. И во многом благодаря ей экономическое, политическое и культурное влияние городов в мире постоянно и опять же быстро растет. При этом вырисовывается иерархия городов, их

временные альянсы и группировки, конкурирующие в борьбе за свои интересы. В последнее десятилетие это особенно ярко проявляется в конкурентном развитии мировых финансовых центров.

В 2000–2002 годах правительства трех ближневосточных эмиратов - Бахрейна, Катара и эмирата Дубай (ОАЭ) объявили о формировании мировых финансовых центров соответственно в Манаме, Дохе и Дубае. Каждый из городов стремился первым занять нишу финансовой столицы в регионе. Однако, сразу же столкнувшись с сильной конкуренцией на глобальном рынке со стороны Лондона и Нью-Йорка, финансовые элиты трех арабских городов заключили соглашение о разделении сфер влияния. Манама специализируется на исламском банкинге и имеет перспективы размещения регионального центробанка; Доха - центр торговли сырьевыми и торговли контрактами на энергоресурсы; Дубай - инвестиционно-банковский центр, ориентированный на «дальние» рынки.

На другом конце мира два ведущих глобальных финансовых центра - Лондон и Нью-Йорк - в сильнейшей степени конкурируют между собой за привлечение биржевых активов и эмитентов. Однако, когда в 2007 году американская фондовая биржа NASDAQ и дубайская биржа Borse Dubai совершили сложную сделку по покупке акций Лондонской фондовой биржи (LSE), городские администрации (!) Лондона и Нью-Йорка подали совместный иск в международный арбитражный суд, считая, что сделка незаконна и грозит тем, что контроль над мировыми финансовыми рынками перейдет из Лондона и Нью-Йорка на Ближний Восток.

Другой пример межгородской кооперации-конкуренции. В 1995 году восемь английских городов (Бирмингем, Бристоль, Лидс, Ливерпуль, Манчестер, Ньюкасл, Ноттингем и Шеффилд) объединились в союз под названием Core Cities («Ключевые города»)6. Задачи союза — совместное лоббирование интересов на общегосударственном и международном уровне, и прежде всего в сфере экономического развития. Примечательно, что Лондон не был принят в союз, несмотря на то что город подавал заявку на участие. Еще один важный факт: образование Core Cities произошло в том же году, когда Лондон подал заявку на проведение Олимпийских игр 2012 года, а позднее выиграл соответствующий международный конкурс.

Города, как и корпорации, становятся самостоятельными игроками - субъектами глобальной экономики. Они все чаще во главу стратегий ставят собственные, городские, интересы вместо общегосударственных, а местные и государственные интересы, как известно, часто не совпадают. Ярче других это демонстрируют, конечно же, так называемые глобальные города. Этот элитарный клуб объединяет примерно полсотни городов, разбросанных по всему миру. Их взаимные деловые связи теснее, чем связи каждого из них со своей страной и соседними территориями. А их «глобальность» измеряется в числе прочего долей производимых ими услуг, обслуживающих весь мир, и концентрацией штаб-квартир ТНК.

Кроме того, городской образ жизни, несмотря на многовековой пессимизм ряда ученых и писателей-фантастов, остается очень востребованным среди людей. Урбанизация (то есть процесс распространения городского образа жизни) набирает темпы, охватывая самые отдаленные уголки. Сегодня в США 90% населения сосредоточено в крупных и средних городах и в прилегающих к ним зонах непосредственного тяготения. В России доля городского населения перевалила за 75% (105 млн человек). Из них почти треть (28 млн) живет в мегаполисах с населением более 1 млн человек.

Отсюда еще одно следствие: экономический и культурный мир как карта площадей уходит в прошлое. Сегодня это мир узлов и связей между ними. Анализировать развитие территорий становится все более логичным не по статистике площадей (областей, штатов, краев), а по статистике агломераций и зон их хозяйственного влияния. Таким образом,

меняется пространственная организация общества. Она все больше «предстает не в виде совокупности неких полигонов, обладающих площадью, а в виде некоего рисунка из линий и узлов; именно линии и узлы (города и транспортные артерии) обладают смыслом, тогда как территория, на которую такая сеть наложена, выглядит просто инертным вместилищем». Изучение территорий по сетке городов и их коммуникациям - это так называемый геоструктурный подход, который становится все более распространенным у географов.

Таким образом, растет влияние мира городов, ведь города - это квинтэссенции своих стран и регионов. В них сосредоточены основные творческие и административные ресурсы; они ведомы энергией наиболее активных и консолидированных сообществ. Наконец, они главные производители и потребители информации. Поэтому города - наиболее актуальный объект брендинга. Второй важный вывод глокализации - маркетинг и брендинг территорий не могут быть стандартными (по глобальному образцу). Локализуется не только сам продукт, но и весь комплекс маркетинговых коммуникаций. Каждая новая работа над городским брендом требует не только новых, уникальных концепций бренда, но и новых инструментов брендинга. Хорошо зарекомендовавшие себя методики брендинга быстро устаревают и не срабатывают в других местах. Городам требуются все новые и новые, нестандартные способы формирования брендов и их продвижения.

Экономика впечатлений: город как сцена. «Весь мир —- театр» — эта знаменитая фраза Шекспира в наше время приобретает буквальный смысл. Книга гарвардских экономистов Дж. Пайна и Дж. Гилмора, написанная в 1999 году, стала знаменита в России благодаря одной приведенной в ней иллюстрации: стоимость двух одинаковых чашек кофе различается в разы, если одну из них выпить в обычной столовой, а другую - в кафе на площади Сан-Марко в Венеции. В первом случае продается только сам продукт, во втором случае продается не просто кофе, но впечатление - вид на площадь и ощущение сопричастности великому городу.

В чем основные идеи авторов? «Впечатления - это четвертое экономическое предложение, которое так же разительно отличается от услуг, как услуги от товаров, просто до недавнего времени ему уделяли незаслуженно мало внимания. Впечатления всегда были рядом, но потребители, предприниматели и экономисты относили их к сектору услуг наравне с химчистками, автомастерскими, телефонными станциями и оптовой торговлей. Когда человек покупает услугу, он покупает ряд действий, которые выполняются от его имени. Но когда он покупает впечатление, он платит за незабываемые минуты своей жизни, подготовленные компанией (как в театральной пьесе), т.е. за собственные чувства и ощущения».

Производство впечатления - это более совершенный уровень обработки товара/услуги, еще одна составляющая их добавленной стоимости. Развиваются два взаимосвязанных процесса: стандартизация производимых товаров и услуг и персонализация спроса на них со стороны потребителей. Как выиграть конкуренцию за потребителя, если товар/услуга такие же, как у конкурентов? Создавать впечатление о продукте. «Предложение впечатлений возникает тогда, когда компания целенаправленно использует услуги как сцену, а товары — как декорацию для того, чтобы увлечь клиента…».

Производители автомобилей тратят миллионы долларов на то, чтобы звук закрывающейся в машине дверцы был именно таким, как нужно. Издательские дома уделяют особое внимание тактильному и зрительному восприятию книг и журналов - они используют тисненую, шероховатую или глянцевую бумагу, а также полупрозрачные обложки, яркие цвета, трехмерную графику, необычные фотографии. Ледяные катки и концерты в торговых

центрах «работают» на создание такого настроения покупателя, которое «помогает» ему приобрести разложенные рядом товары.

Брендинг современных товаров и услуг все больше настроен на создание впечатлений от товаров. Реклама товара воздействует не на логику потребителей (сколько это стоит, нужно ли мне это, сколько и где я буду это носить и т.д.), а на их эмоциональное восприятие. Товарам присваиваются эмоциональные, почти одушевленные характеристики: стиральная машина - безотказный друг, автомобиль - стиль жизни, йогурт - любовь к детям, одеколон – интимные чувства и т.д. В быстром мире уже не работают предложения из разряда «качественный товар по доступной цене».

Таким образом, экономика впечатлений уже сегодня меняет правила игры на рынках, а значит и состав «игроков». Те фирмы, которые не видят выгоды в производстве впечатлений (неважно - в силу недопонимания его важности или в результате тщательных расчетов), начинают проигрывать конкурентам и уходят с рынка. Аналогичное явление будет происходить и на «рынке городов». «Уход с рынка» в данном случае будет означать снижение инвестиционной привлекательности города, ухудшение качества услуг, сокращение населения.

Между тем город, как ничто другое, прекрасно приспособлен для производства впечатлений. Есть сцена - это городская территория. Есть декорации - городская среда. Есть актеры - горожане, власть и бизнес. Есть зрители - «потребители» городских товаров и услуг. Есть режиссура - маркетинг города. Есть технология «оркестровки» - брендинг города. Несмотря на то, что категорий потребителей товаров и услуг города очень много, объединить предложение в единое впечатление можно. Это не что иное, как формирование городского бренда. Когда эмоции и ассоциации, которые вызывает город, удачно «оркестрованы» и при этом разнообразные целевые аудитории находят в них каждая свои позитивные черты, можно сказать, что бренд города сформирован. Город как сцена весьма популярный сегодня подход в брендинге терриоорий.

Творческие индустрии и культура как главный ресурс территории. Погоня за креативным классом. Быстрый мир и экономика впечатлений заставляют места быть изобретательным. Творческий капитал становится конкурентным преимуществом. В частности, для городов это актуально как никогда. Но быть изобретательным, играть на опережение в реализации идей развития можно только с помощью определенного типа людей. В мировой науке за ними закрепилось название «креативный класс».

Ч. Лэндри и его соратники из британского агентства Comedia разработали концепцию креативного города - города, жители которого способны оценить свой творческий капитал, наращивать его и использовать как инструмент в конкурентной борьбе с другими городами. Концепция креативного города Ч. Лэндри заражает своим безграничным оптимизмом. Согласно ей любой город, даже самый безнадежный в плане материальных ресурсов развития, может изменить себя, тем самым сохранить и успешно развиваться дальше при наличии креативного класса. Ресурсы (инвестиции) приходят позднее, как результат работы креативного класса. Главная движущая сила этого процесса - творческие индустрии, и прежде всего в культурной жизни города. Города, сумевшие преобразить себя через культуру, составляют самую многочисленную группу в ряду успешных примеров маркетинга. Ставка на культуру и искусство в проведении маркетинга и брендинга города - это беспроигрышный вариант. Ведь условие существования бренда - его неповторимость, а в культуре и искусстве неповторимо все.

Таким образом, одним из приоритетов развития становится привлечение в город / регион / страну того самого творческого (креативного) класса, который способен подкачивать инновации и тем самым постоянно его адаптировать к быстрому миру. Для этого необходимо создавать специфическую городскую среду, в которой творческий класс чувствовал бы себя настолько комфортно, что мог бы выполнять свою главную функцию, а не просто «ночевать» в городе.

Мобильность людей, товаров, капитала. В условиях глобализации увеличивается свобода выбора людьми места для жилья и работы. Растет мобильность населения, причем высокооплачиваемые и всегда востребованные на рынке специалисты именно выбирают, где жить. В то же время «верхние этажи» экономики (управление, финансы, корпоративные научно-исследовательские лаборатории) тоже стали мобильными, быстро меняющимися сами по себе и быстро перемещающимися. Удельные издержки на передислокацию бизнеса год от года снижаются. В итоге штаб-квартиры компаний тяготеют не к местам источников сырья или производства, как раньше, а к комфортабельным городам, то есть к тем местам, где удобнее жить руководству компаний и другим ключевым сотрудникам. Теперь здесь, а не на производственных площадках оседает львиная доля налогов от деятельности фирмы, создается спрос на недвижимость и городские сервисы.

В результате, территории вынуждены конкурировать между собой за привлечение высококвалифицированных жителей и за компании, впервую очередь улучшая качество городской среды, а также осознанно, внимательно и регулярно занимаясь своим имиджем.

Современным территориям необходимо принять эти факторы как неизбежность, как новую реальность, определяющую развитие территорий. И увидеть, что из них можно извлечь выгоду для своих мест. Технология маркетинга и брендинга мест как ничто другое подходит для этой цели.

Источник:
https://moodle.kstu.ru/mod/book/view.php?id=84910&ysclid=lh5zhephdn380487347

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Бренд-имидж (BrandImage),
2. В чем заключается концепция 4D-брендинга» Т.Гэда?
3. В чем заключается принцип «Модели общего воспринимаемого качества»К. Гренрооса?
4. Дайте определение бренда?
5. Дайте определение брендинга?
6. Дайте определение бренд-менеджмента?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;

– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Сущность маркетинга и брендинга территорий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Маркетинг территорий в России	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий

Текст лекции.

Вопросы развития территорий на основе использования маркетинговых инструментов не являются новыми, но остаются по-прежнему важными и актуальными. Такие понятия, как «маркетинг места», «территориальный маркетинг», «маркетинг территории», «имидж», «репутация территории» и целый ряд других давно и прочно вошли в практику, активно используются не только специалистами по маркетингу, но и представителями органов государственного и муниципального управления. Активный интерес к этим вопросам совсем не случаен. Современные реалии развития отечественной экономики требуют пересмотра управленческого инструментария, используемого для достижения желаемых социально-экономических результатов. И в этом смысле видовое разнообраие маркетинга в зависимости от типа территории (маркетинг региональных образований, города, населенных пунктов) позволяет учесть особенности применения концепции маркетинга в зависимости от уровня и масштаба территории. Если маркетинг территорий стал сегодня уже признанной и очевидной необходимостью в практике территориального управления, то понятие «брендинга территорий» это относительно новое направление. Анализ публикаций по данной теме выявил быстро развивающийся интерес к данному вопросу, наличие проблемных зон и дискуссионной активности.

Исходя из содержания современных исследований в этой области, изложенных в работах Д.В. Визгалова, Ю.Н Кудрявцева, Т.М. Орловой, А.П. Панкрухина, Т.В. Сачук и др. можно сделать вывод, что в настоящее время теоретически оформляются в качестве самостоятельных две концепции управления территориальным развитием: 1. Маркетинг территорий. 2. Брендинг территорий. Концепция маркетинга территории уже достаточно хорошо разработана. Она представляет собой

область научных изысканий и практико-ориентированной деятельности, для которой объектом является территория (страна, регион, город), имеющая рамочные (как правило географические) границы, а предметом приложения маркетинговых усилий – формирование привлекательности этого места для отдельных целевых групп. Стимулом для развития концепция брендинга территории послужило желание получать более быстрые и предсказуемые результаты от практического использования маркетинговых технологий. Концепция брендинга территории, близкая по содержанию к процессу формирования корпоративного бренда, в настоящее время активно формируется. Об этом, в частности, можно судить по наличию научной полемики относительно содержания общих понятий, обсуждения вопросов технологий бренд-менеджмента, его роли и степени влияния на развитие территории и ряда других. В настоящее время развитие концепции брендинга территории, по нашему мнению, существенно тормозится ввиду наличия некоторых объективных и субъективных причин. Часть из них уже излагались ранее [1]. Однако существуют и иные противоречия и причины. Перечислим некоторые из них: 1. Продолжает оставаться дискуссионным вопрос о взаимоотношении понятий «маркетинг территорий» и «брендинг территорий». Диапазон мнений по этому вопросу достаточно широк: от утверждения, что брендинг – это лишь один из инструментов классического маркетинга, что в свою очередь не позволяет его выделять как самостоятельную концепцию, до его полного признания с приведением доказательств эффективности использования. Приходится констатировать, что такое обсуждение иногда напоминает полемику о первичности курицы и яйца. 2. Отсутствует единодушие в подходах к определению самых базовых теоретических понятий таких как, например «бренд», «брендинг территории» [2]. 3. Отсутствие подготовленных специалистов по брендингу территорий и восприятие самого понятия как идентичного с понятием «товарный бренд» обуславливает «…внегеографическое мышление многих экспертов и практиков брендинга территорий, привело к путанице в определениях социальных и пространственных атрибутов бренда территории». В результате при создании программ брендирования почти все внимание уделяется формированию и развитию «бренда», а «территория» игнорируется. Кроме того, продолжает наблюдаться практика приоритетного обсуждения «правильной вербализации территории», дизайна логотипа, его позиционирование и других вопросов. Например, на портале Sostav.ru в разделе Территориальный брендинг» за год вышло 39 новостей из которых 62% полностью посвящены логотипам [3].

Это, на наш взгляд, свидетельствует о поверхностном и однобоком отношении к территориальному брендингу. Между тем, брендирование территории это значительно более сложная задача, чем создание абстрактной современной айдентики. 4. Отсутствуют общие подходы к формированию практико-ориентированной технологии брендирования территории. Это вызывает необходимость «учиться на собственных ошибках». Сегодня каждый десятый город России, так или иначе, уже попробовал заняться своим брендом. Однако, как отмечают эксперты, такие попытки в большинстве случаев заканчиваются ничем или провалом. 5. Имеются определенные противоречия и разнонаправленность интересов теоретиков (ученых, экспертов) и практиков (представителей органов государственного и муниципального управления). Последние заинтересованы в получении алгоритма своих действий, быстрых практических рекомендаций, гарантирующих получение желаемого результата. 6. Все положительные примеры территориального брендинга в мире связаны, в первую очередь, с совместными действиями представителей государственной, муниципальной власти и общественности. Это могут быть городские сообщества, общественные и некоммерческие организации, благотворительные фонды, тематические волонтерские движения и т.д. В России практика такого взаимодействия имеет пока краткую историю. К этому присоединяется сложившийся в России низкий уровень заинтересованности населения во взаимодействии с местными органами власти. Подводя итог, можно заключить, что концептуальные вопросы брендинга территорий, повышения его эффективности и влияния на темпы социально-экономического развития требуют дальнейших исследований. Брендинг и маркетинг территорий направлены на достижение общей цели – развитие территории. В обоих процессах используются свои инструменты. Маркетинг работает с реальным развитием территории и формированием её имиджа в сознании потребителей, а брендинг использует территориальные преимущества как платформу для создания торговой марки, которая

будет продвигаться и развиваться с помощью маркетинговых инструментов. Но при этом справедливым было бы признать, что «взаимоотношение маркетинга и брендинга территорий можно представить в виде айсберга, вершиной которого является брендинг, а основанием служит маркетинг территорий [2].

Источник: ОТ МАРКЕТИНГА К БРЕНДИНГУ ТЕРРИТОРИЙ В.А. Ковригина, канд. экон. наук, доцент В.В. Лаптева, магистрант Уральский государственный экономический университет (Россия, г. Екатеринбург) International Journal of Humanities and Natural Sciences, vol.1, part 7 http://intjournal.ru/wp-content/uploads/2016/11/Kovrigina.pdf?ysclid=lh5zmhpnem422441657

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Как проявляется способность к доминированию бренда (BrandPower)
2. Какая основная идея концепции бренд-лидерстваЭ.Иохимштайлера и Д.Аакера?
3. Какие базовые элементы бренд-стиля вы знаете
4. Какие основные идеи концепции «маркетинга взаимодействия» Шведской школы маркетинга?
5. Какие основные положения «Азиатской» концепции бренд-культуры?
6. Какие основные положения «Западной» концепции бренд-культуры?
7. Какие основные положения «Зонтичной» концепции бренд-культуры?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Тема 2.1. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Концепция бренда города	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Работа с городским пространством	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда

Текст лекции.

В условиях необходимости повышения инвестиционной привлекательности отдельных территорий для каждого региона в высшей степени необходимо укрепить свои позиции относительно конкурентов.

Позиционирование интегрирует в себе не только маркетинговые исследования по обоснованию выгодного сегмента, стратегии проникновения на рынки, копирование передовых технологий маркетинга, но и искусство создания положительного имиджа территории в обществе. Эффект позиционирования территории возможен только в режиме системного использования элементов маркетинга.

В современных условиях российские фирмы и компании накопили определенный опыт гибкого реагирования на рыночные изменения, учета потребностей клиентов, механизмов их предвосхищения. Эти механизмы своевременного удовлетворения запросов покупателей способствуют укреплению позиций отдельных территорий и созданию их конкурентных преимуществ.

Позиционирование — маркетинговые усилия по разработке и внедрению в сознание целевых потребителей особого, отличного от конкурента образа территории в целях укрепления рыночных позиций.

Позиционирование территорий — определение и формирование конкурентоспособной позиции среди региональных субъектов в целях создания положительного имиджа, развития государственно-частного партнерства, повышения инвестиционного рейтинга, популяризации социально значимых проектов.

В связи с развитием технологических инноваций и глобализации территорий и их субъектов для достижения и удержания конкурентных преимуществ над другими должны учитываться следующие особенности современного этапа развития общества:

• преимущества перестали быть долгосрочными, они изменяются под воздействием инновационного процесса (изменяются технологии обслуживания, методы управления, способы сбыта услуг и т.д.), поэтому для удержания конкурентных преимуществ требуется постоянное внедрение инноваций. Сроки внедрения инноваций должны равняться срокам внедрения аналогичных инноваций у конкурентов или превосходить их;

• глобализация бизнеса вынуждает компании учитывать национальные и международные интересы;

• страна и территория рассматриваются организациями нс только как место, где компания осуществляет свою деятельность, но и как основа для выработки стратегии. Потенциал фирмы существенно зависит от условий, в которых она работает, и подвержен постоянным изменениям.

Строительство загородных домов под ключ в Мытищах!

В данном контексте справедливо утверждение Э. Райса и Дж. Траута о том, что «позиционирование — это не то, что вы делаете с товаром, а то, что вы делаете с сознанием потенциального потребителя»[1].

Так, например, Смоленская область в силу своего исторического и культурного наследия, а также географического положения обладает значительным потенциалом для развития социокультурного сервиса, в том числе в сфере внутреннего и въездного туризма. На территории Смоленщины располагаются 3977 памятников истории и культуры, что позволяет развивать познавательный социокультурный сервис, а возрождение храмов и монастырей на протяжении последней четверти века становится основой для развития паломнического туризма. Природные ресурсы и сеть лечебно-оздоровительных учреждений Смоленской области способствуют развитию спортивного, самодеятельного, оздоровительного и экологического социокультурного сервиса.

Цель позиционирования территории — создание преимуществ конкретной местности с учетом характера восприятия потребителями всех конкурентов для увеличения спроса на товары (услуги), повышения инвестиционной привлекательности и финансовой устойчивости.

Настоящим открытием для любителей природы стал Национальный парк «Смоленское Поозерье». С 1999 г. Национальный парк включен в список ключевых орнитологических территорий международного значения, а в 2002 г. ему присвоен статус Биосферного резервата под эгидой ЮНЕСКО. Национальный парк предлагает многочисленные туристские программы и экскурсионные маршруты: пешие и водные, байдарочные, этнографические, лыжные, рыболовные. Позиционированию способствует проведение ежегодного Международного фестиваля заповедной авторской песни «Баклановские зори» (награждение призами, обеспечение участников питанием, доставка транспортом). Палаточный городок, разбитый на берегу оз. Баклановское, вмещает порядка четырех с половиной тысяч слушателей и исполнителей авторской песни. В мероприятии принимают участие именитые барды из разных уголков России, Белоруссии и Финляндии. В ходе фестиваля проходит конкурс- прослушивание, победители получают дипломы и ценные подарки. Завершается фестиваль выездным концертом участников и гостей в спортивно-оздоровительном комплексе «Смена». Финансовая поддержка проведения фестиваля предусмотрена долгосрочной областной целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Смоленской области на 2013—2015 годы».

Процесс позиционирования предполагает реализацию четкой технологии, предусматривающей последовательность процедур по сбору информации, ее анализу, разработке стратегий позиционирования и выполнепню программ по основным направлениям рыночного участия. В рамках позиционирования соотношение цены и качества, сервиса и имиджа территории должно обеспечивать конкурентные преимущества по сравнению с другими регионами.

Концепция позиционирования территории представляет собой целостную совокупность форм, методов и принципов организации рыночного участия в целях получения намеченных доходов с использованием маркетинговых исследований состояния рынка, технологий продвижения товара для полного и эффективного удовлетворения потребностей общества. Большое значение при разработке концепции позиционирования приобретает формирование социальной ответственности менеджмента как перед обществом, так и перед отдельными людьми.

Иными словами, концепция позиционирования представляет собой системный документ, включающий управленческие решения по реализации стратегии и тактики маркетинга, их вариацию в рамках выполнения намеченных задач и принятых принципов.

Процесс реализации концепции позиционирования осуществляется в рамках формата коммуникационного взаимодействия по схеме «компания — рынок — общество».

Современные условия позиционирования требуют активного использования в коммерческих структурах конкретной территории стандартов: безопасности производства и жизнедеятельности, сервисного обслуживания потребителей и охраны окружающей среды в рамках культуры организации и социально-корпоративной ответственности.

Разработка концепции позиционирования должна пронизывать все этапы воспроизводственного процесса — от инновации идеи нового продукта, его производства, распределения до окончательной реализации с учетом потребления.

К основным правилам рыночного участия, которые необходимо учитывать в процессе позиционирования, следует отнести известные принципы маркетинга.

1. Принцип рыночной ориентации, т.с. производить исключительно то, что необходимо обществу, и не пытаться продавать то, что уже произвели.

2. Принцип единства стратегии маркетинга и тактики ее выполнения через соблюдение четкой последовательности пооперационного маркетинга (от организованных исследований рыночной потребности, разработки маркетинговых программ до реального их исполнения в соответствии с корпо- ративной ми ссией).

3. Принцип организационного поведения реализуется в целях организации действенного контроля с учетом качества исполнения принятых стратегий маркетинговой деятельности, создания надежной системы товародвижения, профилактики предпринимательского риска с учетом сервисного потенциала и корпоративной культуры.

4. Принцип прибыльности и эффективности исполняется в целях получения намеченной прибыли с выделением оценки конкурентного преимущества в условиях свободы предпринимательства и равноправного партнерства.

5. Принцип репозиционирования, при котором на первый план выступают реклама, ярмарочно-выставочный бизнес, электронные технологии п связи с общественностью. Часто компании в процессе активизации рекламы используют элементы репозиционирования, т.е. позиционирование корпоративной марки товара конкретной территории на рекламном фоне всем известного бренда другой компании.

Оценка результативности концепции позиционирования не может дать положительные результаты при отсутствии таких принципов, как лояльность и социально-деловая активность.

6. Принцип лояльности в настоящих условиях развития рыночных отношений позволяет добиться существенных результатов относительно основного конкурента. Соблюдение принципа лояльности формирует устойчивую потребительскую базу в результате положительного отношения клиентов к фирменным товарам и услугам конкретной территории. Это долговременный и сложный процесс, направленный на индивидуализацию портфеля заказов, расширение комплекса дополнительных услуг и развитие социальной ориентации бизнеса.

7. Принцип социальной ориентации приобретает огромное значение в системе позиционирования. Компании конкретной территории в целях повышения ответственности за результаты коммерческого труда стремятся сделать существенный вклад в повышение качества жизни и гармоничное развитие общества через осуществление акций

благотворительности, спонсирования, патронирования. Принцип социальной ориентации является зеркальным отражением уровня качества менеджмента маркетинговой деятельности.

Выполнение этого принципа позволяет создать прочное положение на рынке в результате хорошо продуманной миссии фирмы, созданного стиля, корпоративного имиджа.

Миссия конкретной территории включает меры по достижению глобальной цели на долговременной основе. Создание миссии конкретной территории предполагает сочетание многовариантных подходов, а именно: «миссия-предназначение», «миссия-ориентация», «миссия-политика».

Миссия-предназначение раскрывает вид деятельности, отражающей характер продукции, круг целевых покупателей, меры по их удержанию и привлечению потенциального круга клиентов.

Миссия-ориентация формирует философию корпоративных ценностей конкретной территории, которым следуют руководство и персонал. Именно эти ценности создают фирменный стиль, культуру организационного поведения, стандарты качественного обслуживания клиентов. Существенным дополнением миссии-ориентации являются региональные газеты, отраслевые журналы для персонала и рекламные буклеты, сувениры для покупателей.

Регулярная аттестация исполнителей, обучение и повышение их квалификации в рамках корпоративной программы «Совершенствование и воспитание персонала» также направлены на реализацию выбранной миссии.

Миссия-политика заключена в концентрации главных целей и выработке тактики рыночного участия в ближайший период. Особую значимость миссия-политика приобретает в процессах реструктуризации и диверсификации. В этих целях организуются круглые столы в форме «мозговой атаки» но обсуждению проблем конкретной территории. Для команды маркетологов и менеджеров по продажам часто используются тренинги по тематикам: «Техника эффективных переговоров», «Искусство эффективных продаж», «Качество обслуживание», «Искусство эффективной презентации» и т.п.

Миссия-политика предполагает и локальные стратегии для внутренних структурных подразделений по обоснованию приоритетных задач. Практика отмечает важность миссии-политики в системе маркетинга территорий для успешного продвижения ее корпоративных марок во всех странах мира. Иными словами, миссия определяет поступательное развитие компаний конкретной территории, их корпоративное влияние в целевом сегменте, тактику рыночного участия для сохранения долгосрочных отношений с покупателями и деловыми кругами общественности.

Большое внимание в рамках позиционирования необходимо уделять стилю, т.е. совокупным стратегиям компаний конкретной территории, формам и методам их достижения, способам продвижения продукта, организации социальных акций бизнеса, внедрению корпоративных стандартов качества обслуживания, безопасности труда, охраны окружающей среды. Стиль — это, прежде всего, своеобразная идентификация оформления документов, организационного поведения и корпоративной ответственности.

Корпоративный стиль предполагает некую уникальность и самобытность, определяющие успех позиционирования компании конкретной территории. Стиль в отличие от стабильного имиджа является динамичной характеристикой, так как предполагает многообразие форм и методов ведения бизнеса и в первую очередь культуру взаимодействия с клиентами.

Перечисленные принципы позиционирования направлены на обеспечение эффективности рыночного участия для любой компании конкретной территории.

Представителям отечественного бизнеса на практике не всегда удается успешно реализовать принципы позиционирования и тем самым в длительной перспективе сохранять лидирующее положение и корпоративное влияние на конкретной территории. На практике этот процесс часто блокируется отсутствием времени, недостаточностью ресурсов и низким уровнем профессионализма.

Мастерство менеджмента проявляется не только в разработке принципов позиционирования, но и их реализации в определенной последовательности основных этапов рыночного участия.

Позиционирование представляет собой органический симбиоз маркетинговых исследований оценки рыночной среды и целевых сегментов, системного анализа передовых форм и методов маркетинга территорий и принятия управленческих решений позиционирования с учетом реального ресурсного потенциала конкретной территории.

Важнейшая компонента системы позиционирования территории — это позиционирование товара конкретной территории в результате оптимального размещения в рыночном пространстве в целях максимального приближения к покупателю. Позиционирование товара конкретной территории является многообразным процессом представления товара покупателю
с учетом не только его цены, качества, но и таких характеристик, как популярность торговой марки, стимулирование его реализации, сервиса обслуживания.

В настоящее время ключевыми направлениями и целями деятельности позиционирования территорий можно считать следующие.

1. Разработка маркетинговой стратегии продвижения регионов (города, области, субъекта РФ):

• анализ текущего положения дел: опросы, анализ СМИ, анализ интернет-пространства;

• разработка концепции имиджа и позиционирования региона (страны, края, города);

• выделение сильных, привлекательных сторон региона для разных аудиторий;

• разработка комплекса мероприятий по реализации стратегии: сайт, рекламные и PR-кампании.

2. Разработка стратегии продвижения имиджа внутри России:

• анализ СМИ: упоминание, сравнение с аналогичными регионами, анализ основных тем, анализ отношения журналистов и общественности;

• формирование базы целевых СМИ, формирование пула лояльных СМИ;

• организация пресс-туров;

• системная работы с федеральными СМИ по привлечению внимания к региону.

3. Коммуникационные программы поддержки регионов:

• инвестиционные ярмарки;

• популяризация известных историко-культурных объектов.

Пример из практики

С 4 апреля 2013 г. на телеканале «ТВЦ» (в региональной телесетке) выходит в эфир телепрограмма «Дневник путешественника», посвященная Смоленской области. Программа является одним из проектов, реализуемых Координационным советом по развитию индустрии туризма «Регионы России — Московское соглашение», и знакомит телезрителей с достопримечательностями, способствует информационному продвижению туристских маршрутов, развитию внутреннего и въездного туризма в целом. Съемки телепрограммы, посвященной данному региону, проходили в марте 2013 г. при содействии Главного

управления международных связей, регионального со трудничества и туризма и Аппарата Администрации Смоленской области. В числе достопримечательностей, с которыми программа знакомит зрителя, — храмы XII в. (Петра и Павла, Архангела Михаила, Иоанна Богослова), Свято-Успенский кафедральный собор, Смоленская крепостная стена, памятники Отечественной войны 1812 г., Свято-Троицкий Герасимо-Болдинский мужской монастырь. [2]

• благоустройство объектов туристского показа;

• организация изготовления и реализации сувенирной продукции;

• развитие инфраструктуры лечебно-оздоровительного туризма;

• организация и проведение семинаров, конференций, выставок и других массовых мероприятий, в том числе театрализованных и приуроченным к датам отечественной истории, внедрение современных технологий туристского обслуживания.

Кроме этого, позиционирование территорий предусматривает:

• анализ репутации региона;

• разработку маркетинговых стратегий продвижения регионов;

• брендинг регионов и территорий;

• определение и экспертную оценку инвестиционных площадок;

• обеспечение и осуществление разработки и обустройства новых туристских маршрутов на территории конкретной области;

• реализацию маркетинговых и коммуникационных программ;

• участие в международных, всероссийских и межрегиональных выставочных мероприятиях.

Пример из практики

Из числа выставочных мероприятий позиционного характера, в которых Смоленская область приняла активное участие, следует отметить следующие: VIII церковно-общественная выставка-форум «Православная Русь — к Дню народного единства», участие в церемонии открытия которой приняли Святейшей Патриарх Московский и всея Руси Кирилл, губернатор Сергей Владимирович Антуфьев, епископ Смоленский и Вяземский Феофилакт и главный федеральный инспектор в Смоленской области Владимир Григорьевич Слепнев. Для участия в выставке Администрация Смоленской области и Смоленская епархия подготовили совместную экспозицию под объединенным названием «Смоленский край — земля Патриарха», приуроченная к годовщине избрания и интронизации Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла. Организаторами выставки выступили Главное управление международных связей, регионального сотрудничества и туризма, Смоленская епархия и государственный музей-заповедник. Экспозиция выставки рассказывала о годах служения Предстоятеля Русской Православной Церкви на Смоленской земле в чинах архиепископа и митрополита, его вкладе в духовное возрождение края и восстановление православных святынь, в сотрудничество духовных и светских властей во многих сферах жизни. Само название выставки «Смоленский край — земля Патриарха» с одобрения Святейшего Патриарха Кирилла уже стало своеобразным брендом региона, лейтмотивом сотрудничества духовных и светских властей но созданию в Смоленске Всероссийского паломнического центра.

Смоленская область на постоянной основе принимает участие в крупнейшей международной туристской выставке Северо-Запада России Inwetex-Cis Travel Market. Так, в 2012 г. экспозиция Смоленщины была подготовлена Администрацией города Смоленска. Туристский потенциал региона был представлен предложениями от компаний, активно занимающихся развитием внутреннего и въездного туризма, — «На семи холмах»,

«Меридиан», «Смоленсктурист», Smolensk Travel, а также Национального парка «Смоленское Поозерье».

С 18 по 22 февраля 2013 г. экспозиция, посвященная Смоленской крепостной стене, была представлена на Международной туристско-исторической выставке «Замки, кремли и дворцы» в выставочном центре «Крокус-Эксно». Экспозиция была подготовлена администрациями Смоленской области и города Смоленска и включала в себя историю создания этого оборонительного сооружения, технологию строительства, а также вопросы ее современного состояния и использования.

Развитие позиционирования территорий в стране ведет к привлечению инвестиций, к развитию регионов, занятости населения, пополнению как региональных, так и федерального бюджетов, развитию сопутствующих отраслей хозяйствования, а именно сферы социокультурного сервиса. При этом стратегически важным становится решение вопроса патриотического воспитания молодежи, основанного на исторических аспектах развития краев, регионов и страны в целом.

Источник:
https://studme.org/223931/marketing/kontseptsiya_pozitsionirovaniya_territorii?ysclid=lh5zw5fqx997881329

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Базовые элементы айдентики?
2. Чем айдентика отличается от фирменного стиля?
3. Основные виды айдентики: динамическая и статическая?
4. Как выбрать тип айдентики?
5. Как создать свою айдентику?
6. Примеры айдентики брендов?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Удачные и неудачные практики брендирования	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

2	Бренд как точка роста экономики туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов

Текст лекции.

Успех территорий во многом связан с их самобытностью. Но эту самобытность еще надо донести до масс. Как это сделать? Для этого служат региональные бренды. Но как их правильно построить? Как заложить в них сущность города, деревни или региона?

Капитал страны в Яндекс Дзен

Капитал страны в Яндекс Новости

Развитие регионов во многом зависит от того, насколько успешно удается им продвигать свои товары и привлекать инвестиции. Какую помощь в этом могут оказать бренды городов и регионов? Каковы секреты построения успешного бренда? Как влияют бренды территорий на социальную стабильность и отношения с федеральными властями?

Попытаемся ответить на эти вопросы хотя бы в первом приближении.

1. Бренды в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов. "В современном мире... любое территориальное образование неизбежно перевязано множеством нервов и артерий с другими территориями - транспорт, связь, энергетика, вода, финансы и многое другое. Источники выживания территориального образования находятся теперь уже вовне - в том смысле, в котором его выживание становится возможным только внутри определенной транс-территориальной системы. И чем больше современная территория способна ресурсов привлечь извне, переработать и отдать, тем эффективнее сегодня ее жизнедеятельность", - подчеркивает Мирослав Кошелюк, кандидат психологических наук, генеральный директор Агентства коммуникационного менеджмента "Принцип PR". В условиях конкуренции за привлечение внешних ресурсов одним из наиболее действенных инструментов становится бренд региона или города.

"Общественно-политическая, культурно-историческая, инвестиционная привлекательность регионов не возникает на пустом месте, а является следствием сформированного и актуализированного имиджа. Имидж является одним из определяющих факторов восприятия регионов и формирования вокруг них дружественной общественной среды. Это, в свою очередь, оказывает самое непосредственное влияние на лояльность со стороны федерального центра, других субъектов Российской Федерации, международного сообщества", - отмечалось на сайте "БайкалPRоекта-2007".

"Основная задача любого бренда - вызвать доверие и построить отношения, основанные на доверии. Если территория обладает собственным брендом, именем, которое привлекает внимание, которому доверяют, значит, такая территория будет к себе привлекать

инвестиции в широком смысле слова. Если она не обладает брендом, то она будет вариться в собственном соку и в лучшем случае использоваться как некая сырьевая база", - поясняет Александр Мельников, бизнес-тренер, управляющий партнер TERRA LIBERA Group.

"Бренд региона позволяет администрации и деловым кругам наиболее эффективно взаимодействовать с различными целевыми группами: инвесторами, межрегиональными и экспортными рынками, населением, туристами. Он переводит стратегические преимущества территории на язык, понятный этим группам, и многократно усиливает значимость этих преимуществ", - подчеркивает Андрей Стась, основатель и управляющий партнер компании Stas Marketing Partners.

"Очень часто не только иностранцы не знают, что происходит у нас в "глубинке", но и мы, жители страны, не владеем информацией. А без такой информации, без подчеркивания наших преимуществ трудно говорить об успешном развитии территорий и городов. Надо привлекать внимание, объяснять, чем мы лучше, почему именно к нам, на эти территории, должны прийти, например, инвестиции", - отмечает Александра Очирова, руководитель рабочей группы Общественной палаты РФ по формированию положительного образа России в стране и за рубежом. По ее мнению, недостаточное внимание, которое уделяют брендингу, является одной из причин того, что "в десятки раз разнятся средние доходы на душу населения в разных российских регионах. Деньги никогда не приходят в совершенно незнакомое место, "втемную", и там, где об этом не задумываются, не досчитываются многих потенциально возможных инвестиций", - поясняет она.

Артем Шадрин, представитель Минэкономразвития России, указывает четыре цели, к которым следует стремиться, продвигая бренд: поддержка продвижения товаров (в том числе товаров на экспорт), произведенных в регионе; привлечение инвестиций; поддержка туризма, превращение региона в привлекательную для посещений территорию; привлечение квалифицированной рабочей силы.

2. Секреты построения успешных брендов. Создание и продвижение брендов городов и регионов - еще очень молодая тенденция. Тем не менее, в этой области уже сложились определенные методики. В качестве брендов могут использоваться любые символы, имена, достопримечательности, связанные с этим регионом и вызывающие положительные эмоции. "Бренд - это то, что можно попробовать на вкус, посмотреть, посетить, купить. И про что мы склонны сказать: а, да, знаем", - поясняет Андрей Щербак, эксперт фонда социально-экономических исследований "Технологии развития". Стоит подчеркнуть, что удачный брендинг территории, прежде всего, зависит от активности ее администрации.

В качестве брендов регионов довольно успешно могут использоваться специфические товары, производимые в регионе. Часть регионов уверенно сохраняет и использует доставшиеся по наследству бренды, как, например, минеральные воды "Ессентуки" и "Нарзан" в Ставропольском крае. Однако из-за недостаточной активности администрации эти известные бренды все же вытесняются более новыми, но раскрученными и, к сожалению, не имеющими отношения к региону - такими как "Бон Аква" и "Аква Минерале".

Между тем есть надежда, что в России может появиться традиция, известная уже во всем мире, - патентовать торговую марку товара по месту его происхождения. Так, администрация Вологодской области зарегистрировала в Роспатенте товарную марку "Вологодское масло", а астраханская администрация - товарные знаки "Астраханский арбуз", "Астраханские томаты" и "Астраханская рыба". В то же время тульские власти никак не используют знаменитые бренды пряников, самоваров и оружия, поскольку эти бренды принадлежат производителям, и власть не может контролировать их использование и облагать

их налогами. Некоторые бренды постепенно утрачивают свою актуальность, как, например, хохлома в Нижегородской области, некоторые, наоборот, воссоздаются - как, например, фирменная медовуха в Суздале Владимирской области.

Брендом может стать и некое историческое событие, имеющее отношение к региону. Так, Нижегородская область возродила бренд Нижегородской ярмарки и представила его в качестве одной из визитных карточек столицы региона. "Очевидно, что помимо прямых экономических выгод от выставочной деятельности область получает и весомую символическую выгоду", - отмечает Андрей Щербак.

Костромская область позиционирует себя как родину российской государственности. Именно отсюда в 1613 году отправился на царство в Москву 16-летний Михаил Романов, ставший основателем последней династии российских царей. В связи с этим у Костромы есть шанс стать официально признанной столицей празднования 400-летия Дома Романовых, которое будет отмечаться через 4 года. Пока же в регионе активно используется бренд "Иван Сусанин". Здесь открыты туристический маршрут "Сусанинская тропа" с театрализованным действом и Музей сусанинского подвига; подле Домнинской церкви установлен памятный крест (по одной из версий, герой лежит именно тут); выпускается водка "Иван Сусанин". Планируется и осмотр мест гибели героя с дельтаплана. При этом скептические замечания историков о том, что подвиг Сусанина, скорее, миф, чем правда, не мешают развитию бренда. "Красивая сказка - хоть ложь, да опора", - справедливо заметил Андреас Фон Бальдур.

Мифы, сказки и легенды тоже могут стать вполне успешными брендами регионов. Самый известный пример - проект "Великий Устюг - родина Деда Мороза", начатый в 1999 году в Вологодской области.

Стоит отметить, что для того, чтобы бренд стал успешным, мало выбрать удачную идею, необходимо еще и грамотное управление проектом. Примерно в то же время, когда Устюг был объявлен родиной Деда Мороза, Кострома объявила себя родиной Снегурочки. И не без основания - в имении Щелыково Костромской области Римский-Корсаков написал оперу "Снегурочка". Однако проект со Снегурочкой до сих пор известен гораздо меньше, костромской снегурочке еще только предстоит обзавестись своей почтой и резиденцией. Пока же в регионе выпускаются водка и минеральная вода под названием "Костромская Снегурочка" и проводится конкурс "Русская краса - Костромская Снегурочка".

При построении бренда территории действуют те же принципы, что и в бизнесе - найти и усилить региональные преимущества, ретушировать недостатки. "Не стоит искать специфику только в производстве какого-либо продукта. Большинство новейших технологий через некоторое время легко копируются: пример Китая это подтверждает. Нужно заглянуть в прошлое, придать новое звучание старым фактам, проявить уникальность территории и создать чудесную мифологическую историю, на которой будет основан бренд", - резюмирует Александр Мельников, бизнес-тренер, управляющий партнер TERRA LIBERA Group (Санкт-Петербург).

При этом всегда стоит помнить, что особенности города или региона, выбранные в качестве бренда, обязательно должны вызывать положительные ассоциации. Так, например, позиционирование Урала как места расстрела царя вряд ли можно счесть удачным, поскольку такой бренд вызывает подсознательные сомнения в стабильности и безопасности региона.

Кроме того, бренд должен быть правдивым и иметь под собой реальную основу. "Продвижение бренда, не подкрепленного фактами, сродни голословным обещаниям. Бренд - это быть, а не казаться", - подчеркивает Олег Фомичев, директор департамента Минэкономразвития России.

3. Удачный бренд, рост экономических инициатив в регионе и оптимизация расходов на различные проекты. Удачно найденная идея для бренда способна оживить экономику региона. Так, например, для Южского района Ивановской области Андрей Большунов, эксперт Всероссийского Совета местного самоуправления (ВСМС), общественной организации при думской фракции "Единая Россия", предлагает использовать в качестве бренда образ князя Дмитрия Пожарского. Здесь, на селе Мугреево, находилась его бывшая вотчина, сюда к нему являлось посольство из Нижнего Новгорода. Здесь он формировал свое ополчение. Рядом ополчение принимало присягу, отсюда оно двинулось на Москву. Такой бренд, по мысли Андрея Большунова, может быть востребован политическими, патриотическими и православными элитами. Если это предложение будет воспринято, тогда там начнут создавать мемориальный комплекс Дмитрия Пожарского, начнет развиваться туризм. Понятно, что туристы потянут за собой предпринимателей из других отраслей. При этом, что немаловажно, возникает простор для инициативы местных предпринимателей, которые могут строить свой бизнес с учетом особенностей региона.

"Кроме того, разработка стратегии и программы комплексного продвижения бренда позволяет оптимизировать бюджетные и внебюджетные расходы на информационные, социо-культурные, спортивные и другие проекты, которые в любом случае происходят в городах и регионах. При комплексном подходе результаты реализации данных проектов не являются разрозненными, а целенаправленно синтезируются в усиление бренда, развитие положительного образа региона и его руководителей в восприятии целевых аудиторий: органов федеральной власти, российских и зарубежных инвесторов, ассоциаций бизнеса, институтов гражданского общества, средств массовой информации", - отмечает Андрей Шаромов, руководитель проекта создания бренда и укрепления региональной идентичности Ханты-Мансийского автономного округа.

В качестве примера грамотного использования регионального бренда, способного превратиться в целую программу развития, можно привести принятую программу празднования 300-летия Михаила Ломоносова в Архангельской области. Указ о праздновании в 2011 году юбилея Ломоносова был подписан 21 сентября 2006 года президентом Путиным. Регион собирается потратить на празднование юбилея порядка 8 млрд. рублей: 4 млрд. рублей - федеральные средства, 2 млрд. рублей - средства Архангельской области и 2 млрд. рублей - внебюджетные средства. Из этой суммы значительная часть пойдет на развитие науки и образования в регионе. Без столь своевременно заявленного бренда вряд ли бы кто вспомнил о нуждах небогатого, отдаленного от Москвы региона.

4. Региональный бренд и отношения с федеральными властями. "Бренд региона может использоваться в качестве инструмента госполитики, - утверждает экономист Магомет Яндиев, доцент МГУ им. М.В.Ломоносова. - В современной России отношения между федеральными и региональными элитами носят неформальный, субъективный характер и в этих условиях бренд региона может стать мощным инструментом как защиты финансовых и иных интересов региона от федерального центра, так и цивилизованного давления на него. Например, бренд "Наша республика добровольно вошла в состав России столько-то столетий назад" до сих пор обеспечивает дополнительное финансирование из федерального бюджета и определенное снисхождение Федерации от "ошибок" при их расходовании", - поясняет экономист.

5. Удачный бренд и социальная стабильность в регионе. Не менее важно и то, что бренд региона помогает обеспечить социальную стабильность. Он повышает уровень самооценки местных жителей, делая их проживание более комфортным и менее

конфликтным. Ведь создать бренд - это значит осознать все достоинства и всю уникальность города или региона. Следствием создания брендов, помимо прочего, должна стать большая самодостаточность регионов и их меньшая зависимость от центра - по крайней мере, в мировосприятии их жителей.

"Так называемые "регионы" должны стать "столицами", должны сами стать источниками инноваций, новых идей и нового качества жизни. Развиваться должны самостоятельно, а не по указке центра. Центр должен дать им такую возможность", - считает Василий Гнедовский, руководитель проектов Российского Института Урбанистики.

Не случайно в последнее время различные российские города позиционируют себя в качестве своеобразных столиц России. Так, в апреле этого года Нижний Новгород закрепил за собой название "Столица Поволжья", а Казань зарегистрировала в Роспатенте товарные знаки "Третья столица", "Третья столица России", "Третий город", "Третий город России", а также «Russia's third capital». Уже признан на международном уровне бренд "Кострома - ювелирная столица России". Летней столицей России называет себя Сочи.

Однако для осознания собственной ценности и значимости региону совсем не обязательно объявлять себя столицей. Отличный пример - Урюпинск, ставший символом российской глубинки. Этот город удален от всех крупных центров: до Волгограда - 340 км, до Воронежа - 315, до Тамбова - 250, до Ростова - около 500. Символично, что железнодорожная ветка обрывается прямо в центре города - дальше пути нет. Настоящая глубинка. Но именно на этом и сыграли отцы города, когда поняли: чтобы выжить и процветать, нужны нестандартные подходы. Так в 2000 году был разработан бренд-проект "Урюпинск - центр российской провинции". Знаменитая фраза из анекдота стала символом возрождения: чуть ли не все в городе хотят сделать так, чтобы у россиян действительно возникло желание бросить все и приехать в Урюпинск. Местная текстильная фабрика обрела второе дыхание не в последнюю очередь из-за выпуска маек с кричащими слоганами: "Брошу все - уеду в Урюпинск", "Москва - Париж - УРЮПИНСК", где Урюпинск обозначен как пуп земли. Понятно, что они пользуются очень большим спросом у гостей-туристов.

Однако жители города на этом не остановились. С недавних пор у города появился праздник, который вряд ли отмечается где-то еще в России - день козы. Урюпинские козы славятся необыкновенно теплым, тонким и нежным пухом. Их неоднократно пытались перевезти и разводить в других местах и районах, но ничего не получалось, мех терял свои уникальные качества. Коз здесь держат в каждом втором дворе, местное предприятие "Узоры" изготовляет и продает по всей России изделия из мягкого шелковистого козьего пуха. Праздник стал, пожалуй, пиком деятельности администрации Урюпинска и ее руководителя мэра Валерия Сушко по реабилитации знаменитого урюпинского пухового промысла, существующего, по меньшей мере, 100 лет. Кроме того, в городе установлен памятник козе, открыт музей козы, проходит конкурс "Мисс козочка" и чемпионат по забиванию козла.

6. Бренд как стратегический план развития территории. Бренд региона или города, помимо прочего, может задать стратегический вектор развития территории. Однако для того чтобы этот план оказался жизнеспособным, в основе бренда должна лежать сильная идея, которая представляет город как явление в стране и мире и позволяет совместить интересы многих десятков и сотен тысяч людей, населяющих его территорию.

По мнению Александра Мельникова, бизнес-тренера, управляющего партнера TERRA LIBERA Group, выявить эту сильную идею можно, опираясь на территориальные особенности региона или города. При этом он предлагает осмысливать территорию через архетипические образы, поскольку они присутствуют в сознании каждого человека и, значит, понятны

любому. Создатель аналитической психологии, знаменитый швейцарский психолог Карл Густав Юнг, писавший, что "архетипов ровно столько, сколько типичных жизненных ситуаций", в своих работах описал их около десятка. Маргарет Марк и Кэрол Пирсон в книге "Герой и бунтарь" предлагают модель, использующую двенадцать ведущих архетипов. Разделив двенадцать архетипов на четыре группы, авторы соотносят их с четырьмя ведущими человеческими мотивациями, образующими две пары, которые находятся в постоянном противоречии: "Принадлежность-Независимость" и "Стабильность-Развитие". Получается следующая система:

* Славный Малый, Любовник, Шут (ведущая мотивация - принадлежность);
* Герой (Воин), Бунтарь, Маг (ведущая мотивация - развитие, изменения);
* Простодушный, Искатель, Мудрец (ведущая мотивация - независимость);
* Заботливый, Творец, Правитель (ведущая мотивация - стабильность).

При этом Александр Мельников отмечает, что "любой архетип может проявиться только в контексте окружающего. Архетип Героя, если некого спасать, не проявится". "Если мы рассматриваем архетип города или деревни, то мы рассматриваем этот архетип в контексте территории, на которой он расположен, в частности, в контексте страны. Чем он является для страны, как он появился, зачем, что он делает для этой страны", - поясняет он.

В качестве примера он анализирует архетип своего родного города Санкт-Петербурга. "В последние годы он продвигается как минимум в нескольких ипостасях: "Город знаний" (архетип Мудреца); "Культурный центр/Город-музей" (вероятно, архетип Шута) и "Северная столица" (архетип Правителя). Ни один из этих архетипов не отражает подлинности города и территории, на которой он расположен. Как результат - серьезное размывание нынешнего бренда по сравнению с прежним (Ленинградом), постоянное соперничество с Москвой, обретение городом имиджа бандитской столицы, а в последнее время еще и националистической столицы. А ведь ведущий архетип лежит на поверхности. Вспомните, город основан Петром Первым как ВЫЗОВ: "Окно в Европу", "Морские ворота", "Отсель грозить мы будем шведу", "Россию поднял на дыбы"... Петербург построен на местности, которая в принципе для жизни не подходит, - на болоте. На этой территории никогда раньше люди не селились. Есть древние поселения в Старой Ладоге, есть Копорская крепость на Карельском перешейке. Но на месте современного города поселений не было! О петербургском климате слышали даже те, кто там ни разу не бывал. Город трижды менял имя: город трех революций, город-герой, выстоявший в блокаду 1941-1944 годов. А о Санкт-Петербурге как магическом городе написано множество произведений. Это очень изменчивый город, начиная с погоды и заканчивая восприятием его человеком. Очень противоречивый город.

"Я была там много раз, и мое восприятие города зависит от того, с какой целью ездить. Когда была цель изучить культурные памятники - конечно, дворцы и огромное количество фонтанов поражают. Царственность. Но один раз я туда ездила с целью изучить места Достоевского - страшно, это было нечто. Пройти все эти закоулки мне было очень страшно. В тот момент мне этот город показался настолько узким, убогим, совершенно другим. Это зависит от того, какую цель преследуешь и чего желаешь в этот момент", - таково свидетельство гостьи города.

Конечно, ведущий архетип Санкт-Петербурга - Герой-Бунтарь-Маг. Что не мешает ему оставаться и городом знаний, и одним из крупнейших в мире культурных центров, и музеем под открытым небом, и Северной столицей, и крупным научно-промышленным центром.

Харизматические, архетипические смыслы Санкт-Петербурга, как и любой другой территории, для России и для мира в целом требуют серьезного и глубокого осмысления. Пока такого осмысления нет, бренд и харизма остаются "независимыми" друг от друга, что порождает разрыв между подлинностью и проявленностью ее в социуме, в восприятии ее в коллективном, массовом сознании. И тогда архетип Героя начинает воплощаться в "бандитский Петербург", а архетип Бунтаря - в "националистический Петербург". Нет смысла сетовать на то, что эти "имиджи" навязаны городу конкурентами и недоброжелателями, что так любят делать городские чиновники и правоохранительные органы. У города есть "архетипическая предрасположенность" к проявлению героизма и бунтарства, революционности. И эта предрасположенность реализовывалась на протяжении всей истории города. И если сегодня не осознать созидательную направленность этих тенденций, не начать управлять ими, используя для развития и созидания, то они будут по-прежнему проявляться спонтанно и разрушительно. С архетипом шутить нельзя: или мы управляем архетипом, а значит, управляем и значением бренда, или архетип управляет нами. По собственному усмотрению. Со всеми вытекающими последствиями. Что в свою очередь ведет к недосозданию добавленной стоимости бренда и, соответственно, к недополучению прибыли. Так справедливо считает Александр Мельников.

Из всего сказанного можно сделать вывод: брендинг территорий - дело нужное и ответственное. Помимо всего перечисленного, успешное продвижение бренда свидетельствует о неравнодушии администрации к судьбе и престижу вверенного ей региона, об умении строить отношения с бизнесом, а, значит, и о том, что у региона есть шансы на развитие и процветание.

Источник: https://kapital-rus.ru/articles/article/brending_territorij_kak_put_k_spaseniyu_depressivnyh_regionov/

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. SWOT: анализ положения и перспектив территории.
2. PEST-анализ, как инструмент изучения внешней среды
3. Цели, задачи, инструменты программы продвижения территории.
4. Реструктуризация информационной среды как вариант продвижения территории.
5. Роль и значение образования в программе продвижения территории.
6. Роль и значение рекламы в продвижении территории.
7. PR как инструмент продвижения.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятия брендинга территорий; виды брендов территории	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Структурированный подход к брендингу территорий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Основные принципы разработки образа бренда территориальной торговой марки.
2. Бренд как «сильная» торговая марка. Основные преимущества территориального бренда.

3. Основные способы разработки позиционирования территориальной торговой марки.
4. Требования к выбору позиции территориальной торговой марки.
5. Основные тезисы теории позиционирования торговой марки.
6. Идентификационный комплекс территориальной торговой марки.
7. Репутационные характеристики территориальной торговой марки.
8. Ценностные характеристики территориальной торговой марки.
9. Целевые аудитории торговой марки объектов территорий.
10. Стейкхолдеры территориальных торговых марок.
11. Основные задачи брендинга территорий.
12. Сущность брендинга территорий.
13. Стратегии маркетинга территорий.
14. Конкуренция объектов территорий.
15. Основные задачи маркетинга территорий.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Сущность маркетинга и брендинга территорий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Маркетинг территорий в России	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Коммуникационная политика объектов территориального маркетинга и брендинга.
2. Легенда территориального бренда.

3. Портрет территориального бренда как личности, взаимоотношения типичного потребителя и
4. территориального бренда.
5. Эмоциональные выгоды территориального бренда.
6. Физические атрибуты территориального бренда. Рациональные выгоды территориального бренда.
7. Суть / миссия территориального бренда. Обещание территориального бренда.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: кейс-задание.

1. Изучение видов бренда территории.

2. Разработка проекта нивелирования стереотипов туристской дестинации/города/территории.

3. Оценка затрат на реализацию проекта

Методические материалы к выполнению см. раздел 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1:

Форма рубежного контроля – презентация и защита реферата (эссе) по теме выполненного практического задания.

Темы рефератов:

1. Изучение видов бренда территории.

2. Разработка проекта нивелирования стереотипов туристской дестинации/города/территории. Оценка затрат на реализацию проекта

Методические материалы к выполнению см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.1. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Концепция бренда города	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Работа с городским пространством	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Практические примеры формирования брендинга территории
2. Логотип места: современные подходы к формированию территориальной айдентики
3. Территориальный бренд государства. Символы с точки зрения брендинга.
4. Территориальный бренд государства. Базовая ценность.
5. Территориальный бренд государства. «Узловые точки» разработки доминантного образа бренда.
6. Территориальный бренд государства. Сущность и основные задачи.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов

3. Цели занятия.

– сформировать знания и умения в области применении инструментов и механизмов территориального маркетинга на практике с целью повышения эффективности управления территориями;
– рассмотреть основания понятия бренда, осмыслить отличие бренда от товарного знака;
– проанализировать возможные способы управления брендом;
– изучение принципов и технологий разработки, создания и построения брендов;
– дать теоретические знания о комплексе бренд-менеджмента;
– ознакомить с новыми технологиями брендинга и практической деятельностью бренд-менеджера.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Удачные и неудачные практики брендирования	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Бренд как точка роста экономики туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое приверженность к бренду (BrandLoyalty)
2. Что такое рекламный бренд-слоган
3. Что такое релевантность бренда (BrandRelevance)
4. Что такое степень известности бренда (BrandAwareness)
5. Что такое стоимость бренда (BrandValue)
6. Что такое товарный бренд-нэйм
7. Что такое формула бренда

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: кейс-задание.

1. Выбрать туристскую дестинацию и разработать проект с включением следующего обязательного раздела: анализ конъюнктуры рынка туристских услуг.
2. Выбрать туристскую дестинацию и разработать проект ребрендинга

Методические материалы к выполнению см. раздел 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:

Форма рубежного контроля – презентация и защита реферата (эссе) по теме выполненного практического задания.

Темы рефератов:

1. Выбрать туристскую дестинацию и разработать проект с включением следующего обязательного раздела: анализ конъюнктуры рынка туристских услуг.
2. Выбрать туристскую дестинацию и разработать проект ребрендинга

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И СТАТИСТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.04.02 Туризм

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Стратегическое управление туристскими проектами

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.

Цели занятия.

Цель: сформировать представление об интеллектуальном анализе данных, большие данные, машинное обучение, сформировать понимание о принципах анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов, раскрыть основные положения и сущность.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.	Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.	Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение
Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.	Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.	

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия **Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение**.

Вопросы к обсуждению:

Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.

2. Тема лекционного занятия **Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов**.

Вопросы к обсуждению:

Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые

технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.

РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект

Цели занятия.

Цель: сформировать представление о понятии искусственного интеллекта и области его применения, сформировать понимание о технологиях интеллектуального анализа данных, раскрыть основные положения и сущность.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.	Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных	Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение
Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.	Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.	

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лекционного занятия **Понятие искусственного интеллекта и области его применения**.

Вопросы к обсуждению:

Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных

2. Тема лекционного занятия **Технологии интеллектуального анализа данных**.

Вопросы к обсуждению:

Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.

П.2.3. Методические материалы к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Большие данные и машинное обучение.

Цели занятия.

Цель: сформировать представление об интеллектуальном анализе данных, большие данные, машинное обучение, сформировать понимание о принципах анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов, раскрыть основные положения и сущность.

Структура лабораторного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.	Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных. Примеры задач машинного обучения: поиск информации в интернете, распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи, языка, эмоциональной окраски текстов, прогнозирование продаж, прогнозирование оттока клиентов, кредитный скоринг, рекомендательные системы и др. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V). Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.	Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение
Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.	Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов. Принципы создания рекомендательных систем. Интеллектуальные сервисы и чат-боты. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения. Финансовые технологии, основанные на обработке данных и машинном обучении: интеллектуальные кредитные сервисы, интеллектуальные страховые сервисы, интеллектуальные сервисы интернета вещей.	

Содержание лабораторного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лабораторного занятия **Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение**.

2. Тема лабораторного занятия **Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов**.

Лабораторный практикум:

Задания лабораторного практикума

1. Применить методы предварительного анализа больших наборов данных на конкретном примере.

2. Применить методы визуального анализ данных на конкретном примере.

3. Применить принципы обучения с учителем и методы классификации на конкретном примере.

РАЗДЕЛ 2. Искусственный интеллект

Цели занятия.

Цель: сформировать представление о понятии искусственного интеллекта и области его применения, сформировать понимание о технологиях интеллектуального анализа данных, раскрыть основные положения и сущность.

Структура лабораторного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.	Признаки интеллектуальности информационных систем. Структура исследований в области искусственного интеллекта. Основные классы интеллектуальных информационных систем. Знания как особая форма информации. Методы и средства представления знаний. Модели знаний. Системы представления знаний и базы знаний. Приобретение знаний от экспертов. Извлечение знаний из документов. Технологии OLAP и многомерные модели данных	Интерактивные презентации, персональные компьютеры, интерактивная доска, активное обучение
Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.	Согласование и интеграция знаний. Экспертные системы, их виды, области использования. Этапы создания и сферы применения экспертных систем. Нейросетевые технологии. Проблемы, решаемые искусственными нейронными сетями. Основные направления применения нейросетевых технологий в экономике.	

Содержание лабораторного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

1. Тема лабораторного занятия **Понятие искусственного интеллекта и области его применения**.

2. Тема лабораторного занятия **Технологии интеллектуального анализа данных**.

Лабораторный практикум:

Задания лабораторного практикума

1. Применить линейные модели классификации и регрессии на конкретном примере.

2. Решить задачи восстановления регрессии.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	**Вид самостоятельной работы**
Модуль 1	
Раздел 1 **Большие данные и машинное обучение.**	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 2. **Искусственный интеллект**	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Уровни понимания. Методы решения задач.
2. Решение задач методом поиска в пространстве состояний.
3. Фреймы. Исчисления предикатов.
4. Системы продукций. Семантические сети.
5. Нечеткая логика.
6. Алгоритмы эвристического поиска.
7. Поиск решений на основе исчисления предикатов.
8. Переход от Базы данных к Базе знаний. Особенности знаний.
9. Генетический алгоритм.
10. Стратегия решений организации поиска.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Методы и задачи интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных.
2. Области применения методов и технологий интеллектуального анализа данных, машинного обучения и обработки больших данных.
3. Задачи машинного обучения: поиск информации в интернете.
4. Задачи машинного обучения: распознавание изображений, лиц, эмоций, пола, возраста, распознавание речи и др.
5. Основные характеристики больших данных и их влияние на сбор, хранение, обработку и анализ данных (4V).
6. Критерии аналитических задач, решение которых предпочтительно с использованием технологий BigData.
7. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.
8. Принципы создания рекомендательных систем.
9. Интеллектуальные сервисы и чат-боты.
10. Перспективы развития систем обработки больших данных и машинного обучения.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Назначение экспертных систем.
2. Структура экспертных систем.
3. Этапы разработки экспертных систем.
4. Представление знаний в экспертных системах.
5. Методы работа со знаниями.
6. Основная модель нейросетевой технологии.
7. Методы извлечения знаний
8. Цепи Маркова
9. Вероятностный подход
10. Случайный лес

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.
2. Признаки интеллектуальности информационных систем.
3. Структура исследований в области искусственного интеллекта.
4. Основные классы интеллектуальных информационных систем.
5. Знания как особая форма информации.
6. Методы и средства представления знаний. Модели знаний.
7. Системы представления знаний и базы знаний.
8. Технологии OLAP и многомерные модели данных.
9. Технологии интеллектуального анализа данных (Data Mining). Согласование и интеграция знаний.
10. Экспертные системы, их виды, области использования.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Большие данные и машинное обучение

Тема 1.1. Интеллектуальный анализ данных, большие данные, машинное обучение.

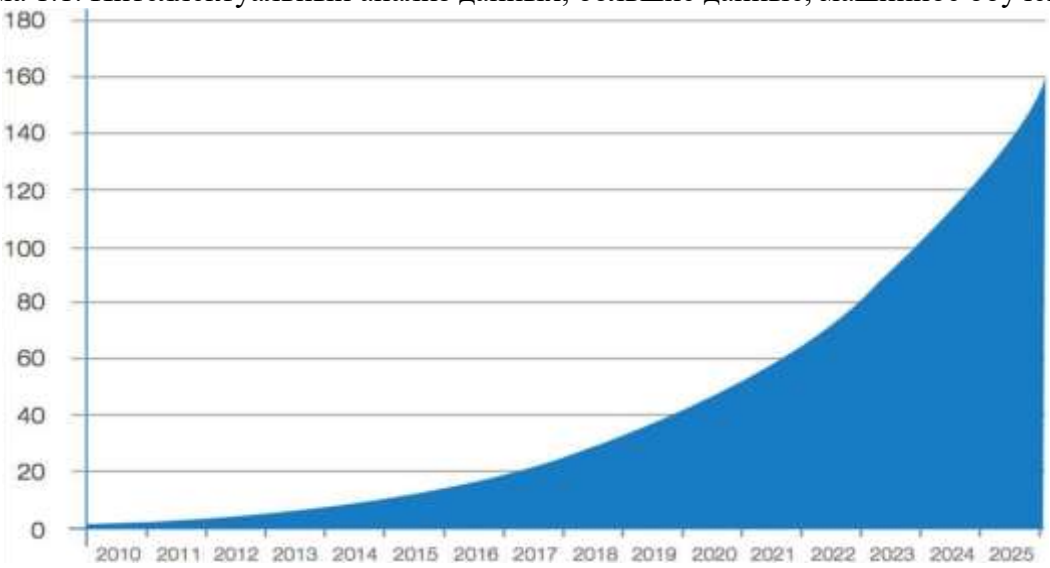


Рис. Объем накопленных миром данных в зеттабайтах

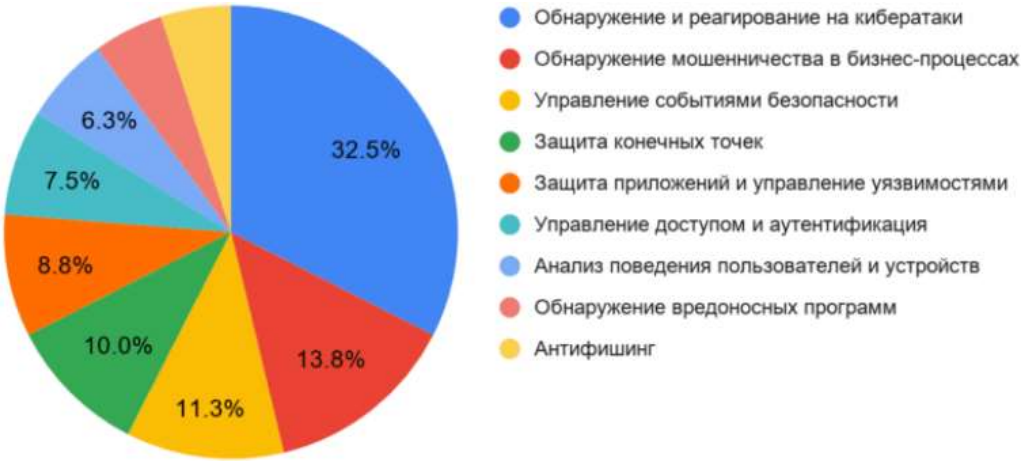


Рис. Распределение продуктов с применением технологий ИИ по сценариям использования

Тема 1.2. Принципы анализа текстовой и графической информации, эмоциональной окраски текстов.

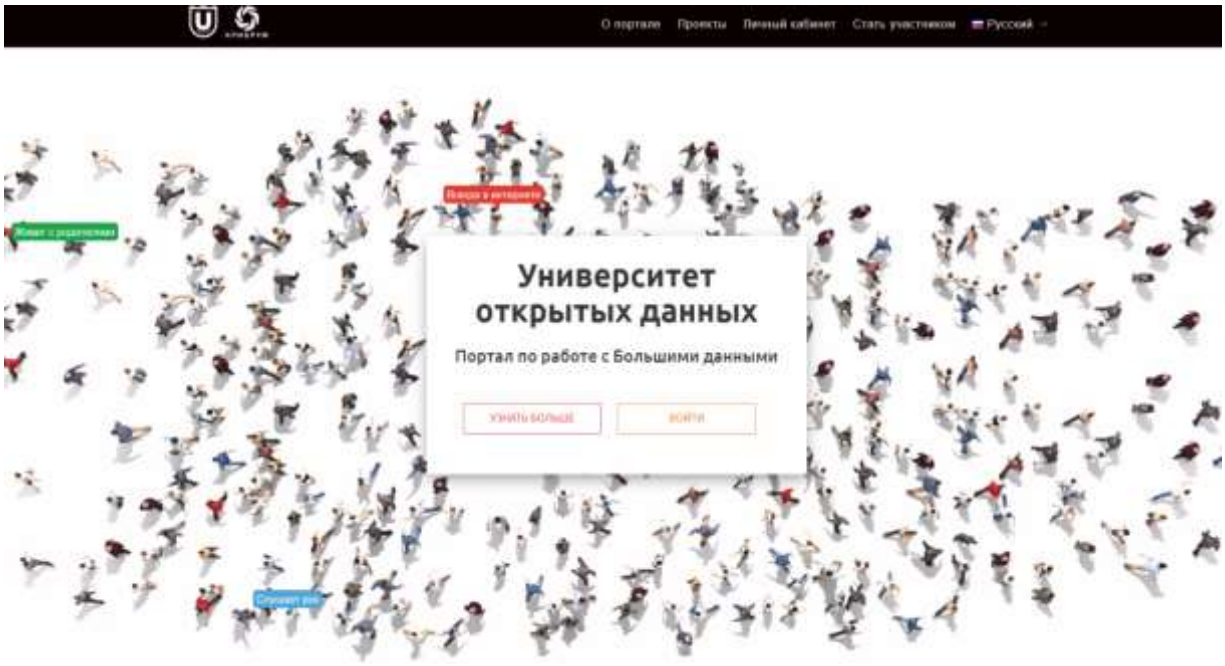


Рис. Портал по работе с большими данными data.tsu.ru

Раздел 2. Искусственный интеллект

Тема 2.1. Понятие искусственного интеллекта и области его применения.



Рис. Компоненты ИИ

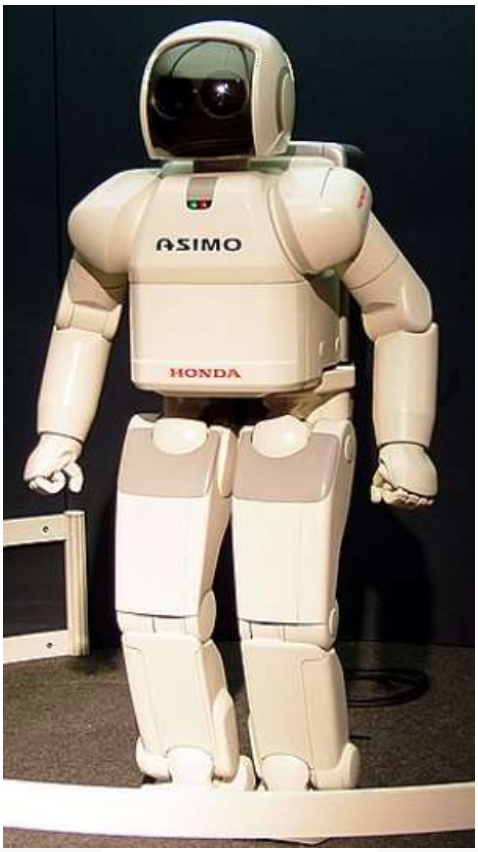


Рис. ASIMO — интеллектуальный гуманоидный робот фирмы Honda

Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа данных.

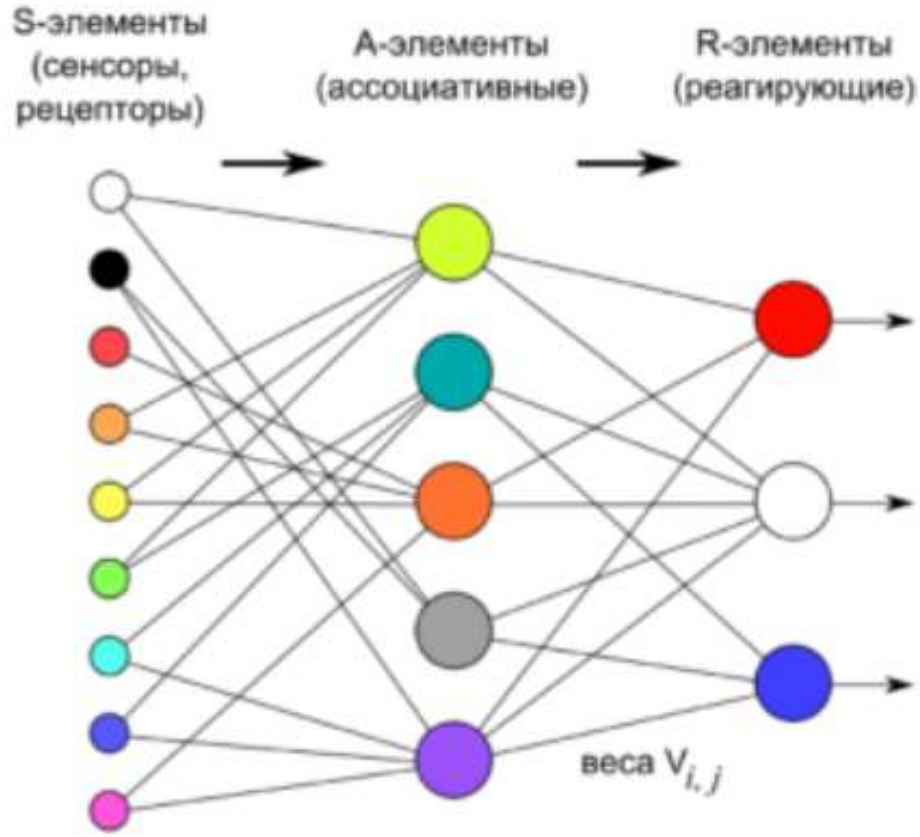


Рис. Алгоритм работы простейшей нейросети



Рис. Ролевая модель психолога в ChatGPT, которую многие используют в 2023 году.

Рис. Как ИИ влияет на разные направления в бизнесе.
В топе — разработка ПО и продуктов, продажи, маркетинг, работа с клиентами

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОСНОВЫ КОГНИТИВНЫХ И СЕМАНТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.04.02 Туризм

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Стратегическое управление туристскими проектами

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия 1.

Тема 1.1. Понятие когнитивных технологий. Основы поиска информации

Цели занятия: Познакомить с понятием когнитивных технологий и понятием субъектов и объектов компьютерной системы. Отличать понятия «субъекта компьютерной системы» от «пользователя-человека».

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие когнитивных технологий. Самые перспективные когнитивные технологии. Отличие когнитивных технологий от искусственного интеллекта. Основные понятия современных глобальных информационных систем. Источник информации в современном понимании. Модель компьютерной системы. Подсистемы или компоненты компьютерной системы. Компьютерная система и системный аналитик. Задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений. Понятие субъектов и объектов компьютерной системы. Отличие понятия «субъекта компьютерной системы» от «пользователя-человека». Источники информации и их свойства. Аналитика в глобальных сетях. Этапы проведения системных исследований с использованием информационных систем. Обзор поисковых систем. Профессиональный поиск, как составная часть работы аналитика. Способы, которыми поисковые машины выполняют свои функции.

Тема лекционного занятия 2.

Тема 1.2. Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Понятие сходства текстов. Марковские меры генерации

Цели занятия: Объяснить связь математики и современных инструментов анализа данных.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Связь математики и современных инструментов анализа данных. Особенности применения линейной алгебры в анализе данных. Практическое значение производной и интеграла. Алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга. Методы линейной регрессии и сингулярного разложения. Связь собственных чисел с матричными разложениями PCA и SVD. Размерность больших данных и их визуализация. Теорема Байеса и другие формулы теории вероятностей, понятие A/B-тест, доверительный интервал и бутстрап. Что такое цепь Маркова и где это используется на практике. Генерация текста на цепях Маркова. Структура цепи Маркова. Матрица переходов. Скрытая марковская модель .

Тема лекционного занятия 3.

Тема 1.3. Постановка задачи семантического анализа. Теория и практика

Цели занятия: Объяснить значение термина «семантика». Определение семантического анализа.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Значение термина «семантика». Определение семантического анализа. Прикладные задачи семантического анализа текстовых документов. Системы семантического анализа. Автоматическая обработка текста. Подходы к определению тональности. Сложность выполнения семантического анализа. Модель семантического искусственного интеллекта. Конструктивные и технически реализуемые подходы к понятию семантического мышления. Семантические алгоритмы, применимые для создания систем семантического искусственного интеллекта с компактным и доверенным исходным кодом без использования нейросетей.

Тема лекционного занятия 4.

Тема 1.4. Программы индексации и сравнения текстов

Цели занятия: Объяснить значение термина «семантика». Определение семантического анализа.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Обзор программ индексации и сравнения текстов. Метод преобразования и сравнения текстовой информации. Модель семантического искусственного интеллекта. Комплекс программ для семантического анализа и построения ядер систем семантического искусственного интеллекта. Программа индексирования текстов m_inda при запуске в формате m_ind[.exe] filename.ext . Программа сравнения текстов tcmpa при запуске в формате Tcmp[.exe] filename1.ext1 filename2.ext2 .Программа статистического анализа проиндексированных файлов stata при запуске в формате stata[.exe] filename.ext.

РАЗДЕЛ 2. Работа с большими данными

Тема лекционного занятия 5.

Тема 2.1. Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия

Цели занятия: Знать основные понятия: наукометрия, индекс научного цитирования, индекс Хирша, импакт-фактор и др.; основные международные и российские наукометрические базы данных; требования к оформлению результатов научной деятельности для внесения их в базы данных

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Понятие больших данных. Направления применения больших данных. История развития наукометрии. Наукометрическая база данных. Какие наукометрические базы данных есть в России. Основные наукометрические показатели. Виды научных баз данных. Библиометрия как научная дисциплина. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Использование "индексов цитирования "для оценки результативности научной деятельности. Цель РИНЦ. Обзоры наукометрических индикаторов и ресурсов. Основные задачи, которые решает проект РИНЦ. Международные наукометрические базы данных.

Тема лекционного занятия 6.

Тема 2.2. Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников

Цели занятия: Показать обучающимся, что с помощью электронных таблиц легко искать по большому массиву данные и сортировать их, находить наибольшее или наименьшее значения, подсчитывать по определённому условию и многое другое.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Наилучшее определение категории Большие данные (Big Data). Большие данные и бизнес-аналитика. Методики анализа больших данных. Метод преобразования и сравнения текстовой информации. Инструменты и способы анализа текстовой информации. Типовая функциональная архитектура системы текстовой аналитики. Четыре фактора, влияющих на выбор системы анализа текстовой информации.

Тема лекционного занятия 7.

Тема 2.3. Подходы к мануальному построению целевых экспертно-когнитивных систем. Техническая и медицинская диагностика при помощи сравнения текстов

Цели занятия: Познакомить с методами анализа документов, системой сбора и анализом неформализованной информации.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Методы анализа документов. Понятие неформализованной информации. Система сбора и анализа неформализованной информации. Коллектор рассеянной информации. Система, предназначенная для сбора и анализа неформализованной персонализированной информации от пользователей сетей и систем связи. Способ для любого представления данных мониторинга и любого вида технической системы, анализа разнородных данных из различных источников измерений. Способ индексирования и сравнения текстов как способ мониторинга и прогнозирования состояния отдельных агрегатов и сложных технологических комплексов при помощи семантически-ориентированного искусственного интеллекта. Сущность и сферы применения диагностического анализа. Место диагностики в научно-техническом познании. Сущность, основная задача и результат технической диагностики. Методы и системы интеллектуального анализа медицинских данных и текстов.

Тема лекционного занятия 8.

Тема 2.4. Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста

Цели занятия: Объяснить смысл термина «статистика», дисперсионный анализ, рассказать о методах статического анализа данных.

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Смысл термина "статистика". Виды научной и прикладной деятельности в области статистических методов анализа данных (по степени специфичности методов, сопряженной с погруженностью в конкретные проблемы). Дисперсионный анализ. Цель и сущность. Методы статистического анализа текста. Частотной анализ. Ранжирование данных. Закон Бредфорда-Ципфа. Контент-анализ. История появления контент-анализа. Процедура контент-анализа. Сбор и первичная обработка данных контент-анализа. Интерпретация и синтезирование результатов. Виды контент-анализа. Назначение контент-анализа.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема практического занятия 1.1. Понятие когнитивных технологий. Основы поиска информации.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Дайте определение модели компьютерной системы (КС).
2. Сформулируйте понятие когнитивных технологий
3. Опишите самые перспективные когнитивные технологии
4. Сформулируйте отличие когнитивных технологий от искусственного интеллекта

5. Назовите задачи системных исследований, предназначенных для принятия адекватных управленческих решений.

6. Сформулируйте сущность и принципы информационно-аналитической работы.

7. Выделите и раскройте три рабочие фазы при проведении системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.

8. Сформулируйте важнейшие свойства субъектов и объектов, которые относятся к числу системообразующих компонентов компьютерной системы.

9. Сравните поисковые системы для поиска информации в интернете.

Тема практического занятия 1.2.: Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Понятие сходства текстов. Марковские меры генерации

Форма практического задания: семинар

1. **Вопросы для подготовки к семинару:**

1. Расскажите об особенностях применения линейной алгебры в анализе данных.
2. Раскройте содержание теоремы Байеса и других формул теории вероятностей.
3. Расскажите практическое значение производной и интеграла.
4. Опишите алгоритм градиентного спуска, который лежит в основе нейронных сетей и градиентного бустинга.
5. Дайте определение системного анализа и сформулируйте его основные принципы.
6. Назовите виды категорий системного анализа.
7. Что такое цепь Маркова и где это используется на практике.

Тема практического занятия 1.3.: Постановка задачи семантического анализа. Теория и практика.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Раскройте значение термина семантика.
2. Дайте определение семантического анализа
3. Опишите прикладные задачи семантического анализа текстовых документов.
4. Назовите системы семантического анализа
5. В чем заключается сложность выполнения семантического анализа
6. Сформулируйте подходы к определению тональности
7. Опишите модель семантического искусственного интеллекта

Тема практического занятия 1.4.: Программы индексации и сравнения текстов.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Расскажите о теории понятий и о технологии семантического мышления
2. Выполните обзор программ индексации и сравнения текстов.
3. В чем заключается метод преобразования и сравнения текстовой информации.
4. Назовите комплекс программ для семантического анализа и построения ядер систем семантического искусственного интеллекта.

5. Опишите программу индексирования текстов m_inda при запуске в формате m_ind[.exe] filename.ext .

6. Опишите программу сравнения текстов tcmpa при запуске в формате Tcmp[.exe] filename1.ext1 filename2.ext2 .

7. Опишите программу статистического анализа проиндексированных файлов stata при запуске в формате stata[.exe] filename.ext.

Тема практического занятия 2.1.: Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия. Определение местоположений и параметров организаций и юридических лиц.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Дайте определение понятия Больших данных.
2. Проанализируйте области применения Больших данных.
3. Расскажите историю развития наукометрии.
4. Дайте определение библиометрии как научной дисциплины.
5. Что является объектами изучения в библиометрических исследованиях.
6. Перечислите наукометрические базы данных в России.
7. Что такое Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Назовите цель и основные задачи, которые решает проект РИНЦ.

Тема практического занятия 2.2.: Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Расскажите о методиках анализа больших данных.
2. Опишите Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
3. Назовите инструменты и способы анализа текстовой информации.
4. Какие факторы влияют на выбор системы анализа текстовой информации.

Тема практического занятия 2.3.: Подходы к мануальному построению целевых экспертно-когнитивных систем. Техническая и медицинская диагностика при помощи сравнения текстов.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Дайте определение понятия неформализованной информации
2. Раскройте содержание системы, предназначенной для сбора и анализа неформализованной персонализированной информации
3. Опишите способ индексирования и сравнения текстов как способ мониторинга и прогнозирования состояния при помощи семантически-ориентированного искусственного интеллекта.
4. В чем заключается сущность и сферы применения диагностического анализа
5. Опишите методы и системы интеллектуального анализа медицинских данных и текстов

Тема практического занятия 2.4.: Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста.

Форма практического задания: семинар

Вопросы для подготовки к семинару:

1. Дайте определение статистического анализа информации.
2. Расскажите о методах статистического анализа данных и среде их применения.
3. Опишите методы статистического анализа текста.
4. В чем заключается цель и сущность дисперсионного анализа
5. Раскройте содержание понятия контент-анализа. Виды и назначение контент-анализа.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Количество часов	Вид самостоятельной работы
Модуль 1		
Раздел 1. Основы когнитивных и семантических технологий.	Подготовка реферата	
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы	
Раздел 2. Работа с большими данными.	Подготовка реферата	
	Самостоятельное изучение материала раздела/темы	

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Форма задания: реферат

Перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Когнитивные технологии и искусственный интеллект.
2. Основные понятия современных глобальных информационных систем.
3. Компьютерная система и системный аналитик.
4. Стратегические алгоритмы анализа информации.
5. Источники информации и их свойства.
6. Этапы проведения системных исследований в открытых сетях и общедоступных массивах информации.
7. Информация и ее свойства Источники информации.
8. Этапы накопления и подготовки информации.
9. Стратегические алгоритмы анализа информации. Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
10. Математическая модель преобразования и классификации текстов.
11. Марковские меры генерации.
12. Принципы построения системы понимания текстов и методы, закладываемые в основу ее работы.
13. Практическое применение методики выделения семантического ядра текстового массива.

14. Конструктивные и технически реализуемые подходы к понятию семантического мышления.

15. Семантические алгоритмы, применяемые для создания систем семантического искусственного интеллекта с компактным и доверенным исходным кодом без использования нейросетей.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Форма задания: реферат

Перечень тем рефератов к разделу 2:

1. История развития наукометрии.
2. Основные наукометрические показатели.
3. Методика анализа больших данных.
4. Метод расчёта индекса Хирша. Сходство и отличие индекса Хирша от Российского индекса научного цитирования.
5. Российский индекс научного цитирования.
6. Метод преобразования и сравнения текстовой информации.
7. Обзор методов интеллектуального анализа научных текстов.
8. Электронные сетевые научные ресурсы и другие источники данных.
9. Библиометрия как научная дисциплина.
10. Методология библиометрических исследований.
11. Особенности статистики и статистического анализа.
12. Статистические методы в контексте исследования текстов и определение возможностей их применения.
13. Методы и инструменты текстовой аналитики, используемые для решения проблемы больших данных.
14. Методы и системы интеллектуального анализа медицинских данных и текстов
15. Способ индексирования и сравнения текстов как способ мониторинга и прогнозирования состояния при помощи семантически-ориентированного искусственного интеллекта.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Основы когнитивных и семантических технологий.
Тема 1.1. Понятие когнитивных технологий. Основы поиска информации.



Рис. Понятие когнитивных технологий

Свойства информационных систем (ИС)

- любая ИС может быть подвергнута анализу, построена и управляема на основе общих принципов построения сложных систем;
- при построении ИС необходимо использовать системный подход;
- ИС является динамичной и развивающейся системой;
- ИС следует воспринимать как систему обработки информации, состоящую из компьютерных и телекоммуникационных устройств, реализованную на базе современных технологий;
- выходной продукцией ИС является информация, на основе которой принимаются решения или производятся автоматическое выполнение рутинных операций;
- участие человека зависит от сложности системы, типов и наборов данных, степени формализации решаемых задач.

Рис. Свойства информационных систем (ИС)

Модель КС

- Считаем разделение компьютерной системы на субъекты и объекты априорным;
- Считаем, что существует безошибочный критерий различения субъектов и объектов (по свойству их активности);
- Считаем, что декомпозиция (разложение) КС на субъекты и объекты фиксирована – т.е. КС относится к стабильной или функционирующей системе;
- Пользователь – это лицо (физическое лицо), идентифицируемое и аутентифицируемое некоторой информацией, управляющее субъектом компьютерной системы через органы управления компьютером.
- Управляющее воздействие Пользователя таково, что свойства субъектов не зависят от него (т. е. свойства субъектов неизменяемы внешним управлением).

Рис. Модель компьютерной системы.

Тема 1.2. Специальные главы математики, необходимые для работы аналитика (основы комбинаторики, теории вероятностей и теории множеств). Понятие сходства текстов. Марковские меры генерации

Определение цепи Маркова

Последовательность $\{\nu_n,\ n \geq 0\}$ называется однородной *цепью Маркова* (ЦМ), если она удовлетворяет *свойству марковости*:

$\forall n \geq 1$ и $i_0,\ i_1,\ \ldots,i_{n-1},\ i,\ j \in J$

$$P\{\nu_{n+1}=j \mid \nu_0=i_0,\ \nu_1=i_1,\ \ldots,\nu_{n-1}=i_{n-1},\ \nu_n=i\} =$$
$$= P\{\nu_{n+1}=j \mid \nu_n=i\} =: p_{ij}.$$

Рис. Цепи Маркова

Тема 1.3. Постановка задачи семантического анализа. Теория и практика.

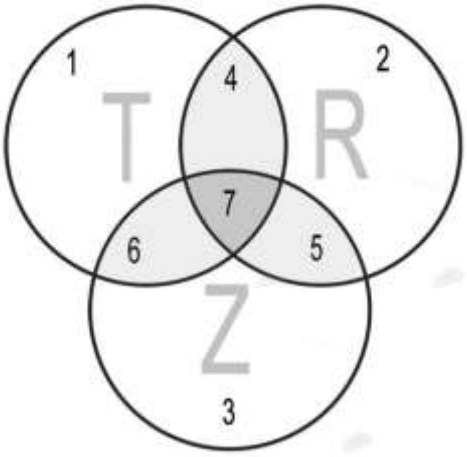


Рис. Модель трех множеств для семантического искусственного интеллекта

Тема 1.4. Программы индексации и сравнения текстов.

Метод преобразования и сравнения текстовой информации

- установить первоисточник, поскольку в результатах поиска, как правило, встречаются многократные повторы, цитирование и самоцитирование;
- выявить максимально информативный документ из множества найденных;
- установить и понять различие в найденных документах.

Рис. Метод преобразования и сравнения текстовой информации

РАЗДЕЛ 2. Работа с большими данными.

Тема 2.1. Работа с большими данными. Словари и библиометрия. Базы данных РИНЦ и наукометрия. Определение местоположений и параметров организаций и юридических лиц.



Рис. Российский индекс научного цитирования

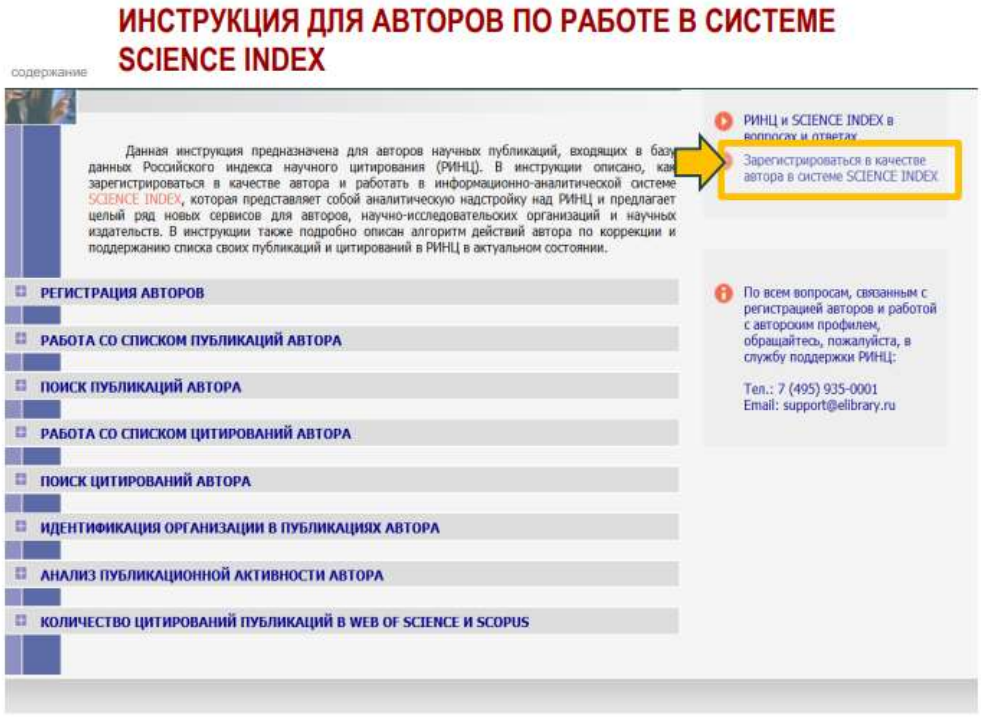


Рис. Инструкция для регистрации в системе РИНЦ

Тема 2.2. Сравнение больших массивов текстовых данных. Анализ книг и справочников.



Рис. Обработка информации



Рис. Типовая функциональная архитектура системы текстовой аналитики

Тема 2.3.: Подходы к мануальному построению целевых экспертно-когнитивных систем. Техническая и медицинская диагностика при помощи сравнения текстов.

Медицинская диагностика

- Разработка и внедрение информационных систем в области медицинских технологий является достаточно актуальной задачей. Анализ применения персональных ЭВМ в медицинских учреждениях показывает, что компьютеры в основном используются для обработки текстовой документации, хранения и обработки баз данных, статистики. Часть ЭВМ используется совместно с различными диагностическими и лечебными приборами. В большинстве этих областей использования ЭВМ применяют стандартное программное обеспечение – текстовые редакторы, СУБД и др. Поэтому создание информационной организационно-технической системы, способной своевременно и достоверно установить диагноз больного и выбрать эффективную тактику лечения, является актуальной задачей информатизации.



Рис. Медицинская диагностика

Тема 2.4.: Статистический анализ информации. Основные понятия статистики текста.

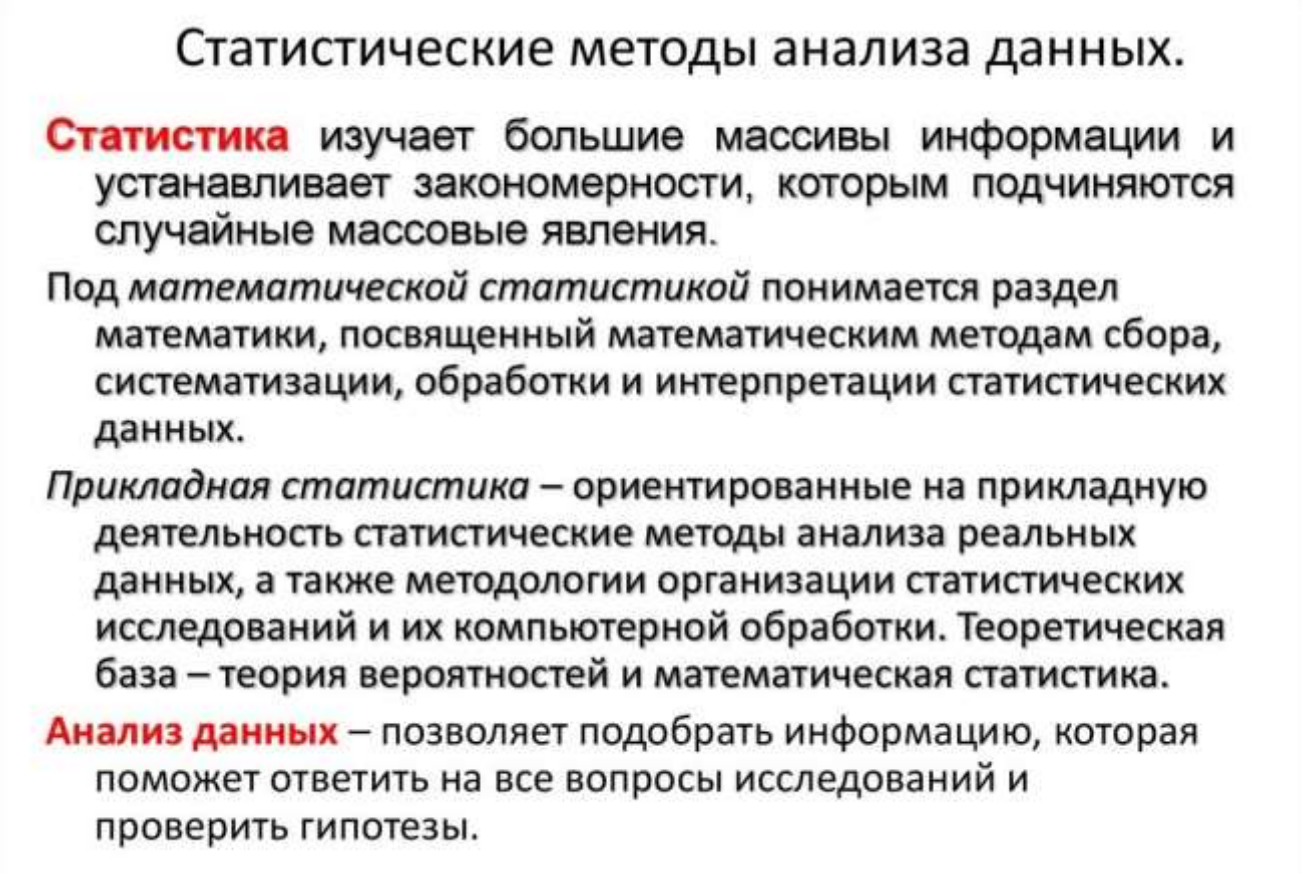


Рис. Статистические методы анализа данных.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
РЕАЛИЗАЦИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В ИНКЛЮЗИВНОМ ОБЩЕСТВЕ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.04.02 Туризм

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Стратегическое управление туристскими проектами

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы

Работа с литературой

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по выполнению доклада

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ЧЕЛОВЕК С ИНВАЛИДНОСТЬЮ КАК ОБЪЕКТ РЕАЛИЗАЦИИ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В ИНКЛЮЗИВНОМ ОБЩЕСТВЕ

Тема 1.1. лекционного занятия: Проблемы и ресурсы лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Содержание лекционного занятия: современное общество и его отношение к лицам с ОВЗ и инвалидностью. Социальные проблемы людей с инвалидностью, препятствующие интеграции людей с инвалидностью в общество. Медицинская и социальная модели инклюзии. Психологические проблемы, препятствующие инклюзии и социализации людей с ОВЗ в общество.

Тема 1.2. лекционного занятия: Принципы взаимодействия в инклюзивном обществе.

Содержание лекционного занятия: общество, инклюзия, лица с ОВЗ и инвалидностью. Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями слуха. Типологические особенности лиц с нарушениями зрения. Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями слуха. Классификация и типологические особенности лиц с нарушениями функций опорно-двигательного аппарата. Классификации и типологические особенности лиц с соматическими заболеваниями. Классификации и типологические особенности лиц с интеллектуальными нарушениями. Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями речи. Особенности проявления различных нарушений в развитии и этика построения коммуникации с людьми, имеющими инвалидность.

РАЗДЕЛ 2. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБЩЕСТВА.

Тема 2.1. лекционного занятия: Нормативно-правовые основания реализации возможностей в инклюзивном обществе

Содержание лекционного занятия: нормативно-правовая база образования детей с ограниченными возможностями здоровья. Реализация права на образование лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов традиционно является одним из значимых аспектов государственной политики в сфере образования. Нормативно-правовую базу в области образования детей с ограниченными возможностями здоровья в Российской Федерации.

Конвенция о правах инвалидов (ООН). Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ.

«О социальной защите инвалидов в РФ». Федеральный закон от 1.12.2014 № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов». Постановление от 29.03.2019 года № 363 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Доступная среда" (до 2025 года).

Стандарты формирования безбарьерной среды для инвалидов. Нормативное регулирование параметров установки элементов безбарьерной среды. Требования Федерального закона от 30.12.2009 № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений».

Тема 2.2. лекционного занятия: С**редства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг**

Содержание лекционного занятия: технические требования доступности, включая доступность для инвалидов и других маломобильных групп населения»; ГОСТ Р 51630-2000 «Платформы подъемные с вертикальным и наклонным перемещением для инвалидов. Технические требования доступности»; ГОСТ Р 52131 - 2019 «Средства отображения информации знаковые для инвалидов»; ГОСТ Р 51671-2020 «Средства связи и информации технические общего пользования, доступные для инвалидов. Классификация. Требования доступности и безопасности»; ГОСТ Р 51261-2022 «Устройства опорные стационарные реабилитационные. Типы и технические требования».

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1. ЧЕЛОВЕК С ИНВАЛИДНОСТЬЮ КАК ОБЪЕКТ РЕАЛИЗАЦИИ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В ИНКЛЮЗИВНОМ ОБЩЕСТВЕ

Форма практического задания: презентация.

Перечень тем для подготовки презентаций к Разделу 1:

1. Социальные проблемы людей с инвалидностью, препятствующие интеграции людей с инвалидностью в общество.
2. Психологические проблемы, препятствующие интеграции людей с инвалидностью в общество.
3. Расскажите о пространственных барьерах для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата.
4. Характеристика «жилой среды».
5. Особенности проявления инвалидности и этика построения коммуникации с людьми, имеющими инвалидность:
   - по зрению
   - по слуху
   - речь
   - НОДА
   - умственная отсталость
   - РАС

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБЩЕСТВА.

Форма практического задания: 1) презентация, 2) доклад с презентацией

Задания для подготовки презентаций:

1) Подготовьте презентацию с примерами нарушений принципов проектирования градостроительной и архитектурной среды в современном городе (фото, видео, личные наблюдения). Опираясь на законодательство, расскажите, как должно

быть правильно.

2) Презентуйте одно техническое средство обеспечения доступности с подробным описанием его устройства и представлением ассортиментного ряда подобных устройств.

Перечень тем подготовки докладов к Разделу 2:

1. Международные правовые акты, защищающие права лиц с инвалидностью
2. Российские правовые акты, защищающие права лиц с инвалидностью

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект реализации возможностей в инклюзивном обществе	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение материала раздела
	Подготовка презентации с докладом
Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование формирования инклюзивного общества	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение материала раздела
	Подготовка презентации с докладом

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Международные правовые акты, защищающие права лиц с инвалидностью
2. Российские правовые акты, защищающие права лиц с инвалидностью
3. Современные проблемы инклюзивного образования.
4. Исторические вехи инклюзивного образования
5. Теоретические основы инклюзивного образования
6. Инклюзивное образование в России и за рубежом
7. Возможные модели инклюзивного образования детей с ОВЗ.

Перечень тем докладов с презентацией к Разделу 1:

1. Опишите модели получения образования детьми с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью в регионе Вашего проживания (опираясь на статистические данные и данные из открытых источников).

2. Раскройте предпосылки организации инклюзивного образования за рубежом; в нашей стране.
3. Раскройте сущность понятия «нормализация».
4. Перечислите и раскройте модели интеграции в нашей стране.
5. В каких нормативных документах дано определение «инклюзивное образование»?
6. Перечислите известные Вам модели инклюзивного образования. Назовите по 3 «за» и «против» для любой модели.
7. Требования к доступности образовательной организации для инклюзии.
8. Направления работы по формированию инклюзивной культуры в плане развития образовательной среды в ОО?
9. Взаимодействие образовательной организации с учреждениями: психолого-педагогическими и медико-социальными центрами, образовательными организациями при реализации инклюзивного обучения.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Разработка проблем инклюзивного обучения в различных научных дисциплинах.
2. Инклюзивное обучение детей с ОВЗ и инвалидностью в России.
3. Инклюзивное обучение детей с ОВЗ и инвалидностью за рубежом.
4. Особенности личностного развития ребенка с ОВЗ и инвалидностью в процессе реализации инклюзивного обучения.
5. Выбор моделей инклюзии в зависимости от глубины и структуры дефекта развития у детей с ОВЗ и инвалидностью.
6. Алгоритмы внедрения инклюзивного обучения детей с проблемами в развитии в широкую практику образования.

Перечень тем докладов с презентацией к Разделу 2:

1. Проект внедрения инклюзивного обучения детей с ОВЗ и инвалидностью в общеобразовательную организацию.
2. Суть и основные положения концепции инклюзивного обучения лиц со специальными образовательными потребностями.
3. Понятие инклюзивного обучения и воспитания детей с ОВЗ и инвалидностью.
4. Анализ нормативно-правовой базы инклюзивного обучения в Международных документах.
5. Анализ нормативно-правовой базы инклюзивного обучения в Российской Федерации.
6. Инклюзивное и совместное обучение: обоснование их принципиальных различий.
7. Внешние условия эффективной инклюзии ребенка с проблемами в развитии.
8. Внутренние условия эффективной инклюзии детей с ОВЗ и инвалидностью.
9. Модели инклюзивного обучения: анализ и характеристики.
10. Инклюзивное обучение детей с ОВЗ и инвалидностью как новая образовательная практика.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Человек с инвалидностью как объект реализации возможностей в инклюзивном обществе.

Тема 1.1. Проблемы и ресурсы лиц с ограниченными возможностями здоровья.

процесс обычной школы, но и перестройку всего процесса массового образования как системы обеспечения образовательных потребностей всех детей. Показатели уровня развития инклюзивных процессов:

- наличие и исполнение в стране соответствующего законодательства, согласно которому возможно инклюзивное образование;
- обеспеченность экономической основы этих законодательных актов;
- отсутствие нормативно-бюрократических препятствий для внедрения инклюзивного образования;
- готовность и способность имеющих отношение к этой проблеме специалистов к коллективной совместной работе;
- реализация мер по профилактике, раннему выявлению и помощи детям с ОВЗ.



Очевидна значимость барьеров «архитектурного» окружения ученика — физическая недоступность окружающей среды (например, отсутствие пандусов, лифтов в школе, недоступность транспорта между школой и домом, отсутствие звуковых светофоров на переходе по пути в школу и т.д).

Еще более значимыми трудностями оказываются «барьеры», возникающие во взаимоотношениях людей.



Тема 1.2. Принципы взаимодействия в инклюзивном обществе.

Указываются схемы, таблицы, диаграммы и др. виды учебно-наглядных пособий по теме.

При создании инклюзивных школ, школ нового типа, дети привыкают к тому, что мир – разнообразен, что люди в нем – разные, что каждый человек имеет право на жизнь, воспитание, обучение, развитие.

Для человека не существует более чудовищного наказания, чем быть предоставленным в обществе самому себе и оставаться абсолютно незамеченным.

У. Джеймс

«Образование для всех»



Фундаментальный принцип «образование для всех» состоит в том, что каждый человек должен иметь возможность учиться.

Основополагающийпринцип инклюзивного образования – ***все люди должны иметь возможность учиться вместе, независимо от какихлибо трудностей, имеющихся на этом пути, или различий в способности к обучению, которые они могут иметь.***

Адресатами инклюзивного образования являются люди с ограниченными возможностями здоровья, и инвалиды – лишь одни из них.

Включающее образование базируется на восьми принципах:

1. Ценность человека не зависит от его способностей и достижений.

2. Каждый человек способен чувствовать и думать.

3. Каждый человек имеет право на общение и на то, чтобы быть услышанным.

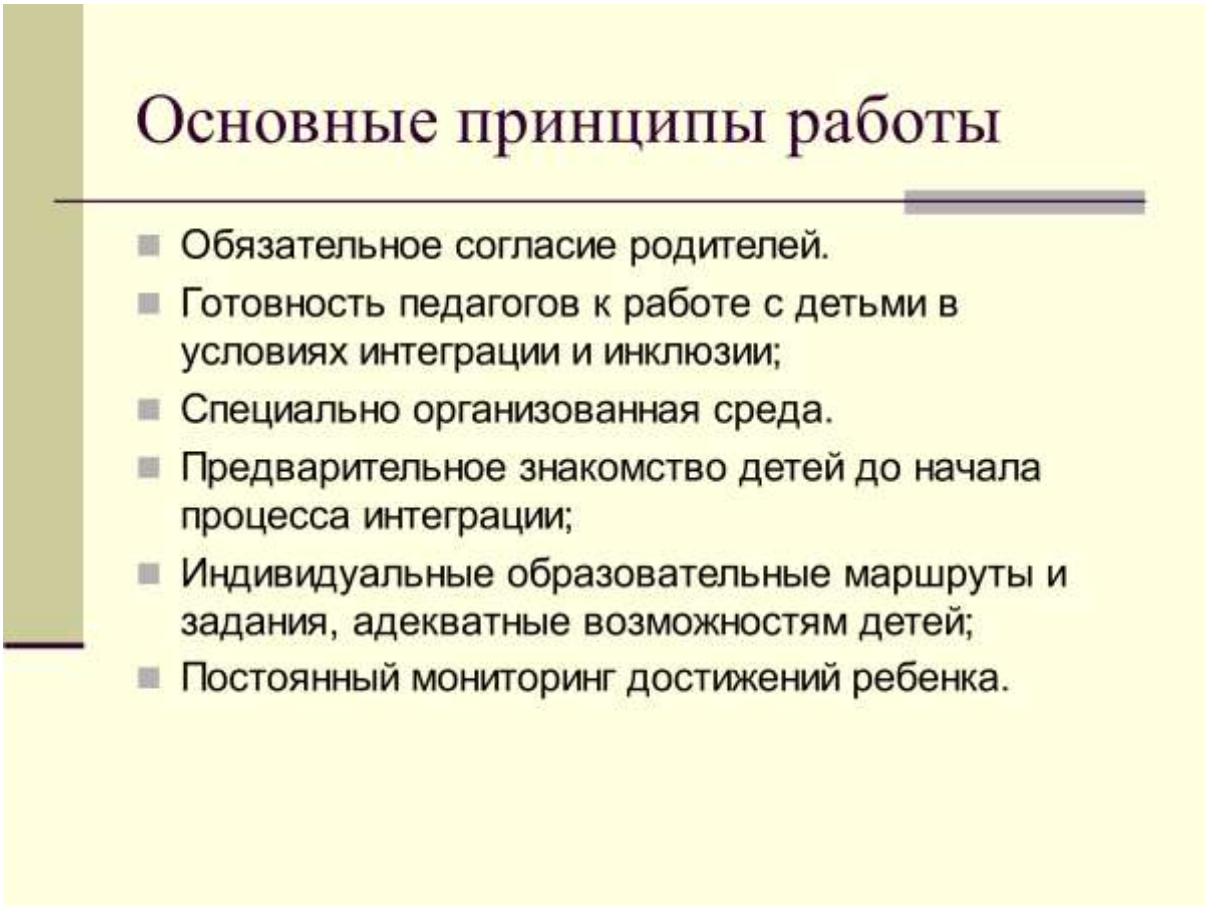
4. Все люди нуждаются друг в друге.

5. Подлинное образование может осуществляться только в контексте реальных взаимоотношений.

6. Все люди нуждаются в поддержке и дружбе ровесников.

7. Для всех обучающихся достижение прогресса скорее может быть в том, что они могут делать, чем в том, что не могут.

8. Разнообразие усиливает все стороны жизни человека.



РАЗДЕЛ 2. Нормативно-правовое регулирование формирования инклюзивного общества.

Тема 2.1. Нормативно-правовые основания реализации возможностей в инклюзивном обществе.

Наличие доступной сети образовательных учреждений (включающих как общеобразовательные, так и специальные коррекционные образовательные учреждения). Реализация этого общего условия позволяет обеспечить для ребенка максимально адекватный при его особенностях развития образовательный маршрут, позволяет максимально полно и ресурсоемко обеспечить обучение и воспитание ребенка.
Важным компонентом этого условия является наличие разнообразных учреждений образования (включая учреждения дополнительного образования) в шаговой доступности.

Финансово-экономические условия. Эти условия должны обеспечивать образовательному учреждению возможность исполнения всех требований и условий, включенных в индивидуальную образовательную программу, включая прописанный в ней штат специалистов, реализующих сопровождение, обучение и воспитание ребенка с ОВЗ, а также обеспечивать эффективную реализацию самого образовательного маршрута.



Материально-техническое (включая архитектурное) обеспечение. Материально-техническое, в том числе информационное, оснащение образовательного процесса должно обеспечивать возможность создания и использования информации с учетом потребностей детей с ОВЗ, обучающихся в данном учреждении (в том числе запись и обработка изображений и звука, выступления с аудио-, видеосопровождением и графическим сопровождением, общение в сети Интернет и др.).

Как одно из важных условий материально-технического плана должно быть обеспечение проведения массовых мероприятий, собраний, представлений с учетом потребностей детей с ОВЗ, обучающихся в данном учреждении, а также безбарьерная (архитектурная) среда для организации отдыха и питания с учетом потребностей детей с ОВЗ, обучающихся в данном учреждении.

При этом следует понимать, что для различных категорий детей с ОВЗ, в зависимости от их особенностей, каждый из приведенных выше компонентов специальных условий, обеспечивающих реализацию необходимого уровня и качества образования, а также необходимую социализацию этой категории детей, должен будет реализовываться в различной степени выраженности, в различном объеме. Аналогичным образом можно оценить представленность всей спецификации специальных образовательных условий для различных категорий детей с ОВЗ, что и проявляется в соответствующей атрибутивности обще- и частно специфических и индивидуально-ориентированных образовательных условий получения образования и социализации различных категорий детей с ОВЗ, включаемых в инклюзивную образовательную практику.



Тема 2.2. Средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг.






ТИФЛО ЦЕНТР
Вертикаль
ТАКТИЛЬНО-СЕНСОРНЫЙ ТЕРМИНАЛ
ТИФЛО ЦЕНТР
Вертикаль
ТАКТИЛЬНО-СЕНСОРНЫЙ ТЕРМИНАЛ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Приложение 2 к Рабочей программе дисциплины

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) АДАПТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.04.02 Туризм

НАПРАВЛЕННОСТЬ
Стратегическое управление туристскими проектами

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – *ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ*

Москва, 2025 г.

П.2.1. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля) и самостоятельной работе

Освоениеобучающимся дисциплины (модуля)предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы их проведения.

Подготовка к лекционному занятию

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся 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.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическому и лабораторному занятию.

При подготовке и работе во время проведения практических и лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

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.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине (модулю). Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное – это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 х 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекционных или практических занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных

средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Методические материалы по выполнению кейс-задания

Кейс-задание – это учебная конкретная ситуация, специально разрабатываемая на основе фактического материала с целью последующего разбора. В ходе разбора ситуации студент учится проводить анализ и принимать управленческие решения. Особенностью кейс-задания является отсутствие однозначного решения проблемы.

Структура отчета по кейс-заданию:

1. Титульный лист.

2. Оглавление.

3. Введение. Во введении дать краткую характеристику рассматриваемой ситуации (объем 1 – 2 с).

4. Основная часть. Предложить и аргументировать основные предлагаемые управленческие решения в рассматриваемой ситуации. Рассмотреть альтернативные варианты и провести их сопоставление (объем 4 – 6 с).

5. Заключение. Сделать общие выводы по ситуации (объем 1 – 2 с).

Требования к оформлению отчета о выполнении кейс-задания

Отчет выполняется в виде электронного документа в формате doc (docx). Обязательно наличие титульного листа. Общий объем отчета составляет 1 800 – 2 800 слов, не включая титульный лист и оглавление. Размер шрифта 14 Пт, интервал - 1,5, шрифт Times New Roman.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

– титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

– все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;

– приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);

– единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;

– все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;

– рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;

– названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике.

Методические материалы к подготовке презентации

1. Объём презентации: 10-20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:

- наименование факультета;
- тема презентации;
- фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
- фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
- год выполнения работы.

3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практическогозадания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Ознакомиться с темой и целью задания;
2. Изучить правила и условия выполнения задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;

- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 65% авторского текста).**

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплин (модулей) завершается промежуточной аттестацией. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к промежуточной аттестации, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На контрольном мероприятии промежуточной аттестации студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний

П.2.2. Методические материалы к лекционным занятиям по дисциплине (модулю)

Тема лекционного занятия: Использования адаптированной компьютерной техники в процессах сбора, хранения информации

Цели занятия: Сформировать представление об использовании адаптированной компьютерной техники для выполнения базовых информационных процессов

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Современное состояние уровня и направлений развития технических и программных средств универсального и специального назначения. Тифлотехнические средства для студентов с нарушениями зрения. Приемы использования тифлотехнических средств реабилитации (для студентов с нарушениями зрения) в процессах сбора и хранения информации. Использование брайлевской техники, видеоувеличителей, программ синтезаторов речи, программ невизуального доступа к информации. Сурдотехнические средства для студентов с нарушениями слуха. Сурдотехнические средства реабилитации. Приемы использования сурдотехнических средств реабилитации (для студентов с нарушениями слуха) в процессах сбора и хранения информации.

Тема лекционного занятия: Использования адаптированной компьютерной техники в процессах обработки информации

Цели занятия:Изучить технологии использования адаптированной компьютерной техники в процессе обработки информации

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Тифлотехнические средства реабилитации. Приемы использования тифлотехнических средств реабилитации (для студентов с нарушениями зрения) в процессах обработки информации. Приемы использования сурдотехнических средств реабилитации (для студентов с нарушениями слуха) в процессах обработки информации. Использование индивидуальных слуховых аппаратов и звукоусиливающей аппаратуры.

Тема лекционного занятия: Использование информационных технологий в профессиональной деятельности пользователями с ОВЗ

Цели занятия: Изучить особенности использования информационных технологий в профессиональной деятельности пользователями с ограниченными возможностями здоровья

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Специальные возможности операционных систем для пользователей с ограниченными возможностями здоровья. Ассистивные технологии в профессиональной деятельности: программы распознавания речи, фильтры клавиатуры, сенсорные экраны, эргономичные клавиатуры и мыши, джойстики, трекболы, программы экранной клавиатуры.

Информационные технологии обработки текстовых данных в профессиональной деятельности.

Информационные технологии обработки табличных данных в профессиональной деятельности. Средства анализа и визуализации данных.

Информационные технологии подготовки презентаций по результатам профессиональной и деятельности.

Тема лекционного занятия: Использование информационных технологий в научно-исследовательской деятельности пользователями с ОВЗ

Цели занятия: Раскрыть сущность использования информационных технологий в научно-исследовательской деятельности

Методы и средства обучения, основные методические приемы: Информационная лекция с мультимедийным сопровождением

Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией:

Ассистивные технологии в научно-исследовательской деятельности.

Информационные технологии обработки текстовых данных в научно-исследовательской деятельности.

Информационные технологии обработки табличных данных в научно-исследовательской деятельности. Средства анализа и визуализации экспериментальных данных.

Информационные технологии подготовки презентаций по научно-исследовательской деятельности.

Информационные технологии работы в библиографических и реферативных базах данных.

П.2.3. Методические материалы к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Тема занятия: Использования адаптированной компьютерной техники в процессах сбора, хранения информации

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Поиск информации.
2. Поисковые системы.
3. Правила формирования поисковых запросов.
4. Организация хранения файлов на дисках.
5. Резервное копирование данных.
6. Облачное хранение данных

Пример аналитического задания:

Провести анализ средств адаптации компьютерной техники (составить таблицу, построить диаграммы).

Пример практического задания:

С помощью адаптированной компьютерной техники (по нозологиям) выполнить:

а) поиск заданной информации в файловой системе и в сети Интернет;

б) копирование, перемещение, удаление и восстановление файлов;

в) копирование и вставку данных;

г) ввод данных (текстовые и табличные данные), вывод данных на печать;

д) настройку параметров операционной системы, прикладных программ (программ обработки текстовых и табличных данных, программ подготовки презентаций).

Тема занятия: Использования адаптированной компьютерной техники в процессах обработки информации

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Средства автоматизации работы с текстовыми данными.
2. Совместная работа с текстовыми документами.
3. Защита текстовых документов.

4. Средства анализа больших данных.
5. Автоматизация работы с электронными таблицами.
6. Совместная работа с табличными документами.
7. Защита табличных документов.
8. Сравнительная характеристика текстовых процессоров.
9. Сравнительная характеристика табличных процессоров.

Пример аналитического задания:

Провести анализ использования информационных технологий в профессиональной и научно-исследовательской деятельности пользователями с ограниченными возможностями здоровья.

Пример практического задания:

1. Задачи на обработку текстовых данных по предметной области, связанной с профессиональной деятельностью, с применением адаптированных средств.
2. Задачи на обработку табличных данных по предметной области, связанной с профессиональной деятельностью, с применением адаптированных средств.
3. Задачи по практической работе с библиографическими и реферативными базами данных.

Тема занятия: Использование информационных технологий в профессиональной деятельности пользователями с ОВЗ

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Преимущества и недостатки дистанционных образовательных технологий.
2. Средства дистанционных образовательных технологий.
3. Сравнительная характеристика систем управления образовательным контентом.

Пример практического задания:

С помощью адаптационных средств разместить в указанный преподавателем раздел плана занятий учебного курса в электронной информационно-образовательной среде РГСУ материалы текущего и рубежного контроля по разделу.

Тема занятия: Использование информационных технологий в научно-исследовательской деятельности пользователями с ОВЗ

Формы практических заданий: дискуссии; аналитическое задание, практическая работа.

Вопросы к обсуждению:

1. Адаптивные способы работы в текстовых процессорах.
2. Адаптивные способы работы в табличных процессорах.
3. Адаптивные возможности программ создания презентаций.
4. Адаптивные возможности обработки графической информации.

Пример аналитического задания:

Провести анализ состава и характеристик технических и программных средств телекоммуникационных технологий.

Пример практического задания:

Изучить и продемонстрировать средства адаптации информационного обмена (формы обратной связи, сообщения, форумы) официального сайта РГСУ, электронной информационно-образовательной среды РГСУ.

П.2.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Раздел, тема	Вид самостоятельной работы
Модуль 1	
Раздел 1. Технологии использования адаптированной компьютерной техники в процессах сбора, хранения и обработки информации	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата
Раздел 2. Использование информационных технологий в профессиональной и научно-исследовательской деятельности пользователями с ограниченными возможностями здоровья	Самостоятельное изучение материала раздела/темы
	Подготовка реферата

Задания для самостоятельной работы

Задания для самостоятельной работы к Разделу 1

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 1:

1. Компьютерная техника, оснащенная альтернативными устройствами ввода-вывода информации для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата.
2. Приемы использования компьютерной техники, оснащенной альтернативными устройствами ввода-вывода информации (для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата).
3. Альтернативные клавиатуры, электронные указывающие устройства.

Перечень тем рефератов к Разделу 1:

1. Адаптированные средства для пользователей компьютера с нарушением зрения.
2. Адаптированные средства для пользователей компьютера с нарушением слуха.
3. Адаптированные средства для пользователей компьютера с нарушением зрения и слуха.
4. Адаптированные средства для пользователей компьютера с нарушениями опорно-двигательного аппарата.
5. Универсальные адаптированные средства.
6. Приёмы для адаптации текста в соответствии с особенностями и возможностями восприятия.
7. Адаптивные способы работы в текстовых процессорах.
8. Адаптивные способы работы в табличных процессорах.
9. Адаптивные возможности программ создания презентаций.
10. Адаптивные возможности обработки графической информации.

Задания для самостоятельной работы к Разделу 2

Перечень вопросов для самостоятельной работы к Разделу 2

1. Средства автоматизации работы с текстовыми данными.
2. Совместная работа с текстовыми документами.
3. Защита текстовых документов.
4. Средства анализа больших данных.
5. Автоматизация работы с электронными таблицами.
6. Совместная работа с табличными документами.
7. Защита табличных документов.
8. Сравнительная характеристика текстовых процессоров.
9. Сравнительная характеристика табличных процессоров.
10. Работа с наукометрическими показателями в реферативных базах данных.

Перечень тем рефератов к Разделу 2:

1. Специальные возможности и операционных систем семейства Windows.
2. Ассистивные технологии операционных систем семейства Windows.
3. Специальные возможности операционных систем семейства Linux.
4. Ассистивные технологии операционных систем семейства Linux.
5. Специальные возможности операционных систем семейства MacOS.
6. Ассистивные технологии операционных систем семейства MacOS.
7. Специальные возможности и мобильных операционных систем
8. Ассистивные технологии мобильных операционных систем.
9. Технологии работы с реферативными базами данных.
10. Ассистивные технологии работы с реферативными базами данных.

П.2.5. Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. Технологии использования адаптированной компьютерной техники в процессах сбора, хранения и обработки информации.

Тема 1.1. Использования адаптированной компьютерной техники в процессах сбора, хранения информации.





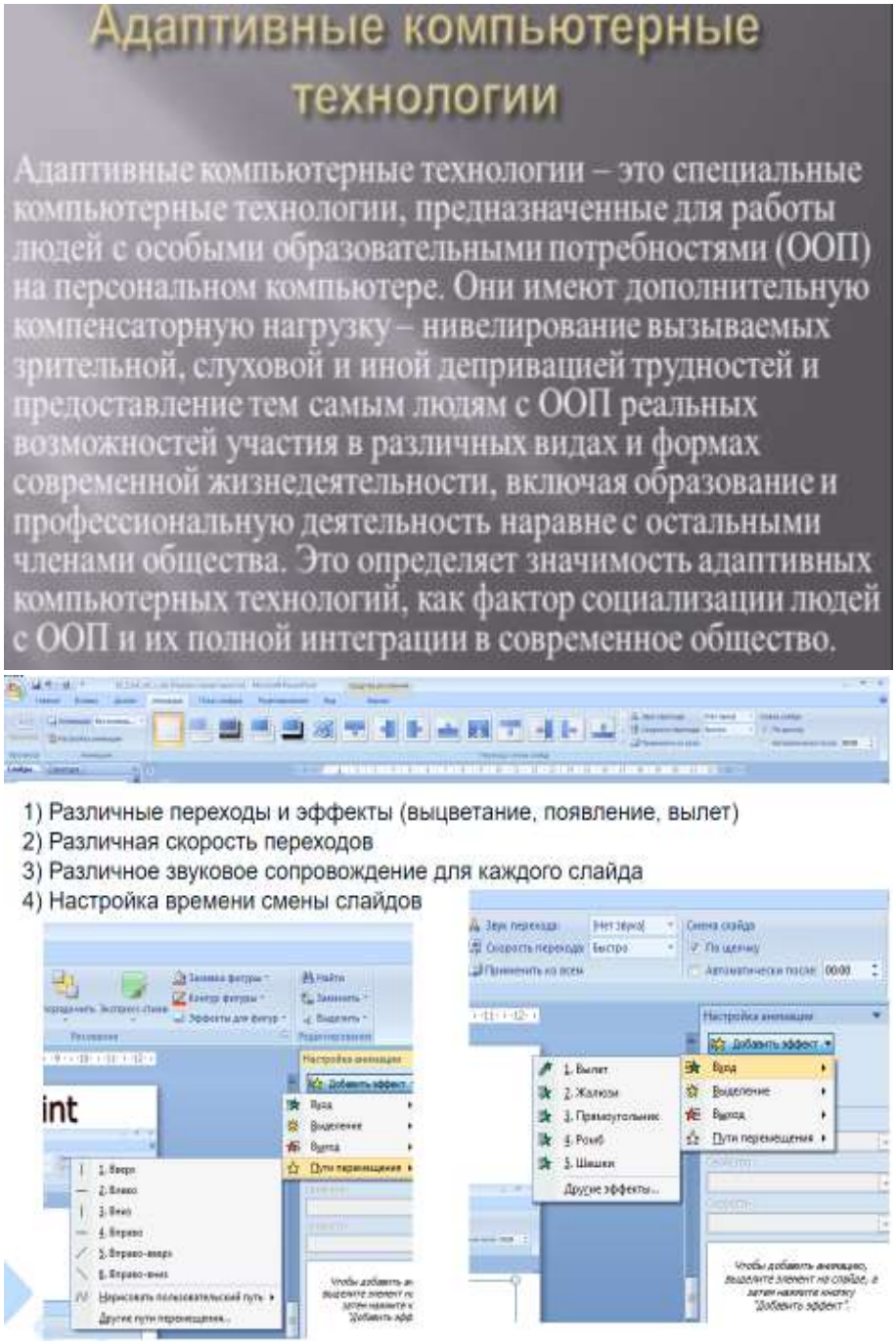
Тема 1.2. Использования адаптированной компьютерной техники в процессах обработки информации.





РАЗДЕЛ 2. Использование информационных технологий в профессиональной и научно-исследовательской деятельности пользователями с ограниченными возможностями здоровья.

Тема 2.1. Использование информационных технологий в профессиональной деятельности пользователями с ОВЗ.



Тема 2.2. Использование информационных технологий в научно-исследовательской деятельности пользователями с ОВЗ.


ВИДЫ ИНФОРМАЦИИ И СТРУКТУРА ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ
Поиск
Сбор
Анализ
Обработка
Хранение
Систематизация
Передача
Кодирование
Шифрование
Информационные технологии


Ресурсы
Архивные
Библиотечные
Научно-техническая информация
Правовая информация
Информационные ресурсы
Информация предприятий
Финансовая и экономическая информация
Отраслевая информация
Информация государственных органов
Информация о природных ресурсах