



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

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой комплекса
гуманитарных дисциплин (субъект-
субъектные отношения)

И.М. Меликов

«30» марта 2023 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ РОССИИ**

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Государственное регулирование в сфере туризма»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
МАГИСТРАТУРЫ**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2023 г.

Методические материалы по дисциплине (модулю) "Культурно-исторический опыт России" разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратуры по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017гг № 556, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе:


кандидат философских наук, доцент Гладышева С.Г.,

кандидат философских наук, доцент Суслов А.В.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры комплекса гуманитарных дисциплин (субъект-субъектные отношения)

Протокол № 8 от « 30 » марта 2023 года.

Заведующий кафедрой
комплекса гуманитарных
дисциплин (субъект-субъектные
отношения)



И.М. Меликов

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Директор

ООО «Спутник», Москва



А.В. Горбачевская

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Д-р экон. наук, проф.,

Руководитель центра научных исследований и
технического регулирования в сфере услуг,
АО «Институт региональных экономических
исследований (ИРЭИ)», Москва



Т.И. Зворыкина

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	7
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	9
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	19
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	19
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	20
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	21
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	23
<i>КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</i>	<i>23</i>
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	26
<i>КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)</i>	<i>26</i>
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	33

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 включает 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. Культура России в период доминирования традиционного мировосприятия	
Тема 1.1. Место отечественной культуры в истории мировой культуры	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.
Тема 1.2. Культура России периода Средневековья	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 подъем второй

	<p>половины XIV-начала XV в. Национальный подъем 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.</p>
<p>Тема 1.3. Культура периода Российской империи</p>	<p>XVII век — начало Нового времени. 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.</p>
<p>РАЗДЕЛ 2 Культура России в период радикальных трансформаций народного сознания</p>	
<p>Тема 2.1. Серебряный век русской культуры (конец XIX – начало XX вв.)</p>	<p>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.</p>
<p>Тема 2.2. Культура Советского периода</p>	<p>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.</p>

Тема 2.3. Культура России конца XX-нач. XXI вв.: период радикальных трансформаций народного сознания	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
---	---

1.2. 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:

- 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 ставится 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 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)

Тема 1.1. Место отечественной культуры в истории мировой культуры.

Вопросы для самоподготовки:

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

Вопросы для самоподготовки:

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 России периода Российской империи

Вопросы для самоподготовки:

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.

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

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие русского культурного ренессанса.
2. Переход к модернистским проектам общекультурного характера. Модерн в России: стиль, направление.
3. Декаданс как феномен конца XIX века в Европе и в России.
4. Символизм как «миропонимание», эстетическая программа и художественный метод.
5. Массовая и элитарная культура русского Модернизма.

Тема 2.2. Культура Советского периода

Вопросы для самоподготовки:

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

Вопросы для самоподготовки:

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

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Культурно-исторический опыт России» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и практических. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой 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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа.

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

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 в области медицины 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. 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 насколько 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 x 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.

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 лекциях или семинарских 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.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

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.

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.

Презентация

Методические материалы к презентациям

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.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10-20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

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 (модуля), 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.

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 (модуля) 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.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение дисциплины (модуля) завершается зачетом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к зачету, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете 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.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (далее – БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине (модулю).

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения дисциплины (модуля):

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания дисциплины (модуля) в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, активное участие в групповых интерактивных занятиях: дискуссии, проекты и др.).

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического

задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено/не зачтено.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые

16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по дисциплине (модулю).

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	<p>Тема 1.1. Место отечественной культуры в истории мировой культуры 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.</p>	<p>Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций</p>
2.	<p>Тема 1.2. Культура России периода Средневековья 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. Образование централизованного государства (вт. пол. XV – XVI вв.). Единое</p>	<p>Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций</p>

	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.	
3.	Тема 1.3. Культура периода Российской империи 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.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
4.	Тема 2.1. Серебряный век русской культуры (конец XIX – начало XX вв.) 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.	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций
5.	Тема 2.2. Культура Советского периода Культурная революция. Советская государственная культурная политика. Эпоха НЭПа. Марксистско-ленинская	Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций

	<p>(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.</p>	
6.	<p>Тема 2.3. Культура России конца XX-нач. XXI вв.: период радикальных трансформаций народного сознания</p> <p>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.</p> <p>Содержание и направленность изменений в отечественной культуре в период спецоперации.</p>	<p>Устное изложение материала с использованием мультимедийных презентаций</p>

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Дисциплина (модуль): культурно-исторический опыт России

Тема 1.1. Место отечественной культуры в истории мировой культуры

Цели занятия: Раскрыть понятие культуры, ее типов и видов; о месте и значении культуры в историческом развитии народов. Синхронизировать представления студентов о развитии мировой и отечественной культур; уяснить значение достижений отечественной культуры для мирового сообщества. Рассмотреть период начала становления отечественной культуры.

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Определение культуры. Типы и виды культур.	Опрос, оценка знаний студентов
2..	Место и значение культуры в историческом развитии народов.	Опрос, оценка знаний студентов
3.	Отечественная культура в контексте мировой культуры; ее роль и значение.	Опрос, оценка знаний студентов
4.	Начальный период становления отечественной культуры	Опрос, оценка знаний студентов

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к практическому занятию:

1. Понятие культуры. Значение культуры в историческом развитии народов.
2. Место Отечественной культуры в историческом культурном пространстве России.
3. Исторические условия формирования русской культуры и ее особенности.
4. Культурные связи и политические отношения с Византией и Западноевропейскими государствами в домонгольский период.

Темы докладов, сообщений и презентаций:

1. Типология культуры. Виды культур.
2. Культура и цивилизация: соотношение понятий
3. Самобытное и общечеловеческое в отечественной культуре. Вклад культуры России в мировую культуру
4. История и значение Крещения Руси.
5. Формирование письменности. Роль Кирилла и Мефодия для культуры славянских народов.

Тема 1.2 Культура России периода Средневековья

Цели занятия: Первая цель - создать у студентов общее представление о культуре Руси от домонгольского периода до Московского царства. Рассмотреть процесс смещения центра Руси из Киева на Северо-Восток в результате татаро-монгольского нашествия и роль церкви в сохранении православной веры и духовного единства Руси; влияние Византии на ее культурную и политическую жизнь. Отметить причины и характер духовного возрождения XIV века, значение преподобного Сергия Радонежского в нем. Вторая цель – охарактеризовать культуру Московского царства XV в. как расцвет православной духовности, его выражение в монастырской жизни, архитектуре и иконописи. Следующая цель – охватить историю русской культуры от XVI в. как периода становления самодержавной власти до периода Смуты. В завершение охарактеризовать окончание этого периода возрождением российской самодержавной государственности, раскрыть причины и значение народно-патриотического движения.

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Письменная культура Древней Руси. Памятники древнерусской литературы.	Опрос, оценка знаний студентов
2..	Каменное зодчество и иконопись Киевской Руси и периода татаро-монгольского ига.	Опрос, оценка знаний студентов
3.	Духовное возрождение XIV века. Значение преподобного Сергия Радонежского для культуры Руси.	Опрос, оценка знаний студентов
4.	Культура Московской Руси. Социально-философская доктрина «Москва – третий Рим»	Опрос, оценка знаний студентов
5.	Смутное время - период кризиса государственности и польской интервенции. Подвиг народа в преодолении Смуты. Духовная основа народной самоорганизации.	Опрос, оценка знаний студентов

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к практическому занятию:

1. Древнерусская литература как выражение христианского миропонимания.
2. Архитектура Киевской, Владимирской, Московской Руси
3. Культура Руси периода ига. Преподобный Сергий Радонежский и его вклад в духовное возрождение Руси.
4. Культура Московской Руси – расцвет православной духовности
6. Преодоление Смуты и возрождение русской государственности: подвиг народа.

Темы докладов, сообщений и презентаций:

1. Русь – Гардарика. Древнерусские города как центры культуры..
2. «Откуда есть пошла русская земля?» - изложение истории Руси в «Повести временных лет».
3. Начало периода ига и личность князя Александра Невского.
4. Расцвет русской иконописи: Дионисий, Андрей Рублев, Феофан Грек.

5. Подвиг народа в преодолении Смуты: народное ополчение под руководством Кузьмы Минина и князя Дмитрия Пожарского.

Тема 1.3. Культура периода Российской Империи

Цели занятия: дать студентам общее представление об основных идеях и представителях античной философии

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	XVII век — начало Нового времени. Формирование светского мировоззрения в Европе и в России	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
2..	Культурные преобразования в России на рубеже XVII – XVIII вв. Значение личности Петра I в преобразовании культуры и быта России	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
3.	XVIII век – век Просвещения в Европе и в России. Эпоха Екатерины II. Формирование дворянской культуры.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
4.	Отечественная война 1812, ее значение для отечественной культуры	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
5.	Выбор перспективы развития для России. Теория «официальной народности». «Славянофилы» и «западники».	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
6.	Первая треть XIX в. - «Золотой век» русской культуры. Литература. Архитектура. Живопись.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к практическому занятию:

1. Петровские реформы в сфере культуры, науки и образования
2. Эпоха Екатерины II – дальнейшее развитие новоевропейской культуры в России.
3. Итог Отечественной войны 1812 года – возможность мировоззренческого выбора для российского дворянства: следование идеалам культуры Просвещения, или обращение к истокам отечественной культуры
4. Движение декабристов, Оценка его значения для отечественной культуры.
5. "Революция на пороге России, но, клянусь, она не проникнет в нее, пока во мне сохранится дыхание жизни": Отечественная культура в годы Николаевской реакции

Темы докладов, сообщений и презентаций:

1. Новые художественные стили. Петровское барокко.
2. М.В. Ломоносов – выдающийся представитель Просвещения в России
3. А.Н. Радищев – выразитель революционного характера идеологии Просвещения в России
4. Реформаторская деятельность императора Александра I

5. Идея России – великой державы в архитектуре русского ампира (К. Росси, О. Бове, Д. Жилярди, А. Григорьев).

6. Творчество А.С. Пушкина – начало «Золотого века» русской литературы.

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

Цели занятия: Сообщить студентам представление о состоянии русской культуры в конце XIX - начале XX века. Рассмотреть влияние идеалистической философии Серебряного века на эстетические установки представителей различных литературных стилей и художественных направлений этого периода. Охарактеризовать художественный авангард начала XX в., а также реалистические тенденции в искусстве этого времени и ее взаимодействие с новыми направлениями. Рассмотреть театральное действо и театр как ведущий вид искусства Серебряного века; философию театра. Охарактеризовать развитие русского кино, русской музыки. Показать, что русская культура 1917-1920-х годов является завершением Серебряного века.

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Рубеж XIX-XX вв. – время русского культурного ренессанса	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
2..	Декаданс: предчувствие и выражение кризиса европейской культуры. Эстетизм, индивидуализм, имморализм в творчестве декадентов.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
3.	Основные направления русского авангарда: абстракционизм, кубофутуризм, супрематизм и др.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
4.	Расцвет и завершение авангарда в советскую эпоху.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к практическому занятию:

1. Русский модерн и его влияние на культуру повседневности
2. Символизм как «миропонимание», эстетическая программа и художественный метод. Символизм и декаданс.
3. Журнал «Мир Искусства»: его направление, создатели, роль в распространении новой художественной культуры
4. Авангардистские тенденции в русской поэзии, скульптуре, архитектуре, театре, кино, музыке и живописи.
5. Авангард и советская власть: Воплощение в архитектуре и искусстве идеалов нового человека и нового быта.

Темы докладов, сообщений и презентаций:

1. «Искусство для искусства» - девиз культуры декаданса. Призыв к освобождению от материализма индустриальной эпохи; отказ от обращения к социальным проблемам, к повседневности.
2. Абрамцевский кружок – рождение и развитие неорусского модерна.
3. Философ Владимир Соловьев и его влияние на символизм культуры Серебряного века.
4. В.В. Маяковский – представитель авангардистского течения футуризм.
5. Судьбы представителей авангарда в советскую эпоху.

Тема 2.2. Культура Советского периода

Цели занятия: Сообщить студентам представления о содержании радикальной мировоззренческой трансформации, произошедшей в результате Октябрьской революции и утверждения советской власти; о провозглашении новой цели – строительстве социалистического общества и о задачах формирования нового типа культуры, основанного на марксистско-ленинской материалистической философии; воспитания нового человека.. Раскрыть атеистическую направленность советской культуры, противостояние «старого» и «нового» мировосприятий. Следующей целью является характеристика культурной политики советского государства и культурных достижений на протяжении всего периода советской власти, в том числе, в годы ее утверждения, в эпоху НЭПа. в 30-е годы, в период. Великой Отечественной войны, включая тему. «Церковного возрождения», в период Хрущевской «оттепели» и Холодной войны, в Брежневскую эпоху «застоя». Охарактеризовать явление диссидентства, сосуществование официальной и неофициальной культур как выражение мировоззренческого кризиса и подготовку почвы для Перестройки.

Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Октябрьская революция 1917 года и утверждение нового типа культуры, основанной на принципах марксизма-ленинизма	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
2..	Материалистический и атеистический характер марксистско-ленинской идеологии. Антирелигиозная пропаганда как направление культурной политики. Религия и церковь в годы советской власти.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
3.	Плюрализм направлений в культуре периода НЭПа и ужесточение идеологического контроля в сфере культуры в 30-е годы XX в.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
4.	Тема подвига советского народа в Великой Отечественной войне в советском искусстве	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
5.	Период «Оттепели» в литературе, живописи, кинематографе. Обстоятельства его завершения	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
6.	Культура эпохи «Застоя». Официальная и неофициальная культуры. Кризис марксистско-ленинской идеологии.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к практическому занятию:

1. Ленинское понимание культурной революции, направления ее осуществления. Разрушение традиционной духовности и противостояние ему.
2. Становление социалистического реализма как большого стиля советской эпохи
3. Достижения и противоречия культуры СССР периода сталинизма.
4. Тенденции к традиционализации и к модернизации в советской культуре
5. Тема освоения космоса в литературе, искусстве, повседневности.
6. Официальная идеология и мир частных ценностей: «раздвоенное сознание» как массовый социально-психологический феномен периода «Застоя»

Темы докладов, сообщений и презентаций:

1. Основные черты идеала нового человека-строителя коммунизма и его выражение в советской культуре
2. Идеи русского авангарда и созидание новых форм жизнестроительства в 20-е годы XX века.
3. Политика партии по работе с деятелями литературы и искусства. Проблема внутренней свободы художника в условиях господства государственной идеологии.
4. Роль и значение науки в СССР. Образ ученого в советской культуре. Влияние марксистско-ленинской идеологии в естественных и гуманитарных науках.
5. Поворот к ценностям индивидуализма и частной жизни: от периода «Оттепели» до начала Перестройки

Тема 2.3. Культура России конца XX-нач. XXI вв.: период радикальных трансформаций народного сознания

Цели занятия: Охарактеризовать культурную ситуацию эпохи «Перестройки» как ситуацию кризиса государственной марксистско-ленинской идеологии; борьбу за упразднение 6 статьи Конституции СССР в период Гласности, кризис правящей партии, становление многопартийности. Рассмотреть ситуацию и причины распада СССР. Составить у студентов представление о трансформациях в культуре постсоветской России: политику открытости по отношению к мировой культуре, тенденция к усвоению ценностей глобализма и неолиберализма, развитие массовой культуры, роль интернета в современной культурной ситуации России. Отметить проблему кризиса гражданской идентичности в постсоветской России. Рассмотреть содержание и направленность изменений в отечественной культуре как возвращение к традиционным ценностям в период спецоперации.

Структура практического (семинарского) занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Советская культура в эпоху Перестройки и Гласности. Кризис марксистско-ленинской идеологии и кризис власти. Распад СССР.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
2.	Деструктивные тенденции в сферах экономики, науки, культуры, образования в 90-е – нулевые годы.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
2..	Период президентства Б.Н. Ельцина. Постулат деидеологизации. Коренная переориентация официальной государственной идеологии с коммунистических на западные идеологемы	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов

3.	Трансформация народного сознания в постсоветский период, отказ от традиционной российской ментальности. Кризис гражданской идентификации.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
4.	Культура России в период президентства В.В. Путина и Д.С. Медведева: стабилизация экономики и утверждение самобытности российской культуры.	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов
5.	Современная культурная ситуация – поворот к традиционным ценностям; возвращение к истокам российской ментальности	Опрос с элементами научной дискуссии, оценка знаний студентов

Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Задания к практическому занятию:

1. Советская культура в эпоху перестройки и гласности.
2. Политика открытости по отношению к мировой культуре
3. Трансформация культуры в условиях рыночной экономики
4. Массовая культура постсоветского времени. Роль интернета в современной культурной ситуации России.
5. Содержание и направленность изменений в отечественной культуре в период спецоперации.

Темы докладов, сообщений и презентаций:

1. Системные преобразования в первое постсоветское десятилетия. Причины неудач.
2. Политическом дискурс деидеологизации и реальный курс к легитимизации западноевропейского либерализма в экономике и культуре в период президентства Б.Н. Ельцина.
3. Ситуация ценностного выбора и вектора дальнейшего развития в России XXI века.
4. Проблема «разрыва связи времен»: конфликт мировоззрений старшего, рожденного в СССР, и молодого поколений россиян.
5. Возвращение к культурной самобытности России, возрождение традиционных ценностей в современной ситуации.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива (институт) на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 556 от 15.06.2017.	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.			
3.			
4.			



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

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Л.А. Апанасюк

27 апреля 2023 г

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

**«ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК АКАДЕМИЧЕСКОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ»**

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Государственное регулирование в сфере туризма»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
МАГИСТРАТУРЫ**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2023

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Иностранный язык в профессиональной деятельности» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017г № 556, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: старшего преподавателя Кривовой А.Л.

Методические материалы дисциплины (модуля) обсуждены и утверждены на заседании кафедры иностранных языков и культуры (выпускающая кафедра):
Протокол № 9 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
д-р пед. наук, доцент



Л.А. Апанасюк

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

д-р филол. наук, доцент,
профессор, МГПУ



О.В. Казаченко

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	13
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	22
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	22
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	23
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	24
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	26

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 внутрисубъектной 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 с применением обратной связи включает 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.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
МОДУЛЬ 1. РАЗДЕЛ 1. The world of science	
Тема 1.1. The scientific attitude Scientific methods and the methods of science	Лексическая тема первого подмодуля включает в себя материал о различных аспектах науки, научных методах. Грамматическая тема: - Вводно-корректирующий курс; - Неличные формы глагола.
Тема 1.2. Pure and applied science The role of chance in scientific discovery	Лексическая тема первого подмодуля включает в себя материал о различных аспектах науки, научных методах. Грамматическая тема: - Вводно-корректирующий курс; - Неличные формы глагола.
МОДУЛЬ 1. РАЗДЕЛ 2. Professional communication	
Тема 2.1. Ways of business and professional communicating	Лексическая тема: ведение деловой переписки; анализ текстов из профессиональных журналов - информационный поиск и анализ статей из профессиональных журналов и интернет-ресурсов; Грамматическая тема: - предлоги сравнения (like/as); - Nominative with the Infinitive.
Тема 2.2 Technology devices and information communicative technologies	В лексической теме четвертого подмодуля приводится материал о современных устройствах и информационно-коммуникационных технологиях, Грамматическая тема: - вводные слова, дополняющие и противопоставляющие информацию; - Objective with the Infinitive.
МОДУЛЬ 2. РАЗДЕЛ 3. Science and its progress	
Тема 3.1. The relations between science and society	Лексическая тема пятого подмодуля содержит материал, раскрывающий степень влияния науки на общество. Грамматическая тема: - Present Perfect Simple; - Present Perfect Continuous.
Тема 3.2. The achievement of science and technical revolution and our day-to-day life	Лексическая тема шестого подмодуля включает материал о достижениях науки в повседневной жизни. Грамматическая тема: - Словообразование: типичные словообразовательные образцы и передаваемые ими значения; - Absolute Constructions
МОДУЛЬ 2. РАЗДЕЛ 4. Postgraduate education	
Тема 4.1. Postgraduate programmes and acadenic, research degrees. Research supervision. International conference participation	В лексической теме седьмого подмодуля приводится материал о программах послевузовского обучения и научных степенях, научном руководстве, о правилах участия в международных конференциях. Грамматическая тема: - Participle: Form and Use
Тема 4.2. Careers advice	В лексической теме восьмого подмодуля дан материал о способах преодоления трудностей для построения успешной карьеры молодого специалиста. Грамматическая тема: - Gerund: Active and Passive

1.2. 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 степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- 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 ставится 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 проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологии), 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.

- 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)

МОДУЛЬ 1. РАЗДЕЛ 1. The world of science

Тема 1.1. The scientific attitude Scientific methods and the methods of science.

Тема 1.2. Pure and applied science. The role of chance in scientific discovery.

Задание для самостоятельной работы к Разделу 1

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

We got acquainted with light and sound and explored their characteristics which 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.

МОДУЛЬ 1. РАЗДЕЛ 2. Professional communication

Тема 2.1. Ways of business and professional communicating

Тема 2.2 Technology devices and information communicative technologies

Задание для самостоятельной работы к Разделу 2

Use the appropriate grammar tense.

1. Journalists (to question) sources and (to dig) around for news pegs as part of their daily routine. 2. People say the media (to be) biased today. 3. The Internet (to change) the way people (to get) news in the recent years. 4. She (to host) the morning news show for about five years before the channel (to change) its broadcasting policy. 5. Reporters Without Borders (to release) its annual Press Freedom Index last Tuesday. 6. Some ace journalists believe new media (to destroy) the credibility of mainstream journalism. 7. He is a very motivated student. By graduation from university he (to file) a good portfolio and (to get) his foot in the media door. 8. Some of the stories we (to cover) were really inspiring. 9. Meeting deadlines always (to be) an integral part of the newsroom reality. 10. The way

information is delivered to the public (to transform) greatly in the recent years, and it (to change) even more by the 2020s.

МОДУЛЬ 2. Раздел 3. Science and its progress

Тема 3.1. The relations between science and society

Тема 3.2. The achievement of science and technical revolution and our day-to-day life

Задание для самостоятельной работы к Разделу 3

It's 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's compare our life nowadays with the life of people at the beginning of the 20th century. It has changed beyond recognition. Our ancestors hadn't the slightest idea of the trivial things created by the scientific progress that we use in our every day life. I mean refrigerators, TV sets, computers, microwave ovens, radio telephones, 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 can't imagine our life without them. A century is a long period for scientific and technological progress, as it's 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 mankind a man overcame the gravity and entered the Universe. And now we live in the information era when the computer network embraces the globe and connects not only the countries and space stations but a lot of people all over the world. All these things prove the power and the greatest progressive role of science in our life. But every medal has its reverse. And 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. But 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.

МОДУЛЬ 2. РАЗДЕЛ 4. Postgraduate education

Тема 4.1. Postgraduate programmes and academic, research degrees. Research supervision. International conference participation

Тема 4.2. Careers advice

Задание для самостоятельной работы к Разделу 4

Match the word combinations:

1. _____ Do a degree	a) _____ do a piece of writing on a subject
2. _____ PhD	b) _____ Bachelor of Arts/Science
3. _____ Library	c) _____ a period of study, usually about ten weeks
4. _____ Write an essay	d) _____ study at university for four or six years
5. _____ BA/BSc	e) _____ a place where you can read and borrow books
6. _____ MA/MSc	f) _____ study a subject for a long time to learn new information
7. _____ Do research	g) _____ Master of Arts/Science
8. _____ Term	h) _____ Doctor of Philosophy
9. _____ Course	i) _____ a number of classes on a subject, e.g. an English course

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

РАЗДЕЛ 4. Postgraduate education

Тема 4.2. Careers advice

1. CV, его отличие от resume

Существуют два схожих между собой термина: resume и CV (от лат. curriculum vitae — жизненный путь). В России они используются как синонимы для определения понятия «резюме на английском языке». В Европе используют термин CV, в США — resume. В последнее время зыбкая граница между этими понятиями совсем размылась, поэтому термины CV и resume можно расценивать как идентичные.

2. Структура CV на английском языке

2.1. *Personal information (личная информация)*

В правом верхнем углу в начале документа нужно разместить свою фотографию хорошего качества. Слева от фото указываем основную информацию о себе, а именно следующие пункты:

- Name (имя и фамилия как в паспорте)
- Address (сначала дом и название улицы, потом номер квартиры, город, почтовый индекс, страна)
- Phone number
- Marital status (семейное положение: married – замужем/женат, single – не замужем/не женат, divorced – в разводе)
- Date of birth
- Nationality
- Email

2.2. *Objective (цель)*

В данном пункте CV необходимо указать цель его написания — соискание должности, на которую вы претендуете. Также вы можете кратко обосновать, почему именно вам нужно занять ее, какие качества помогут вам успешно реализовать себя на этой должности.

Например: I am seeking employment with a company where I can use my ability to communicate with people and take advantage of my knowledge of English. = *Меня интересует трудоустройство в компании, где я смогу использовать мое умение общаться с людьми с возможностью применять знание английского языка.*

2.3. *Education (образование)*

В этом разделе нужно написать, какое образование вы получили после школы и в каком заведении. То есть нужно указать полное название учебного заведения, факультет, специальность и свой образовательно-квалификационный уровень.

Если вы окончили несколько учебных заведений, указывайте их в обратном хронологическом порядке — от последнего к первому.

Например:

- Lomonosov Moscow State University, Economics department, Master's degree in Marketing (2001—2006)

Московский Государственный Университет имени Ломоносова, факультет экономики, степень магистра по направлению «маркетинг» (2001—2006)

- September 1999 — May 2001

Krasnodar Marketing College

Marketing analyst — basic

Сентябрь 1999 — Май 2001

Краснодарский Колледж Маркетинга

Младший специалист по маркетингу

2.4. *Qualifications (дополнительная квалификация)*

В этом разделе вы можете указать все профессиональные курсы, на которых вы учились или учитесь. Если посещали обучающие семинары или конференции, обязательно укажите и этот факт.

Например:

- Marketing Specialist courses in Moscow Marketing College, started in 2014 up to present

Курсы специалистов по маркетингу, Московский Колледж Маркетинга, с 2014 и по настоящее время

2.5. *Work experience (опыт работы)*

В этом пункте вы должны предоставить потенциальному работодателю информацию о своем профессиональном опыте. Вам нужно перечислить все места работы в обратном хронологическом порядке, то есть от последнего к первому, указывая промежуток времени, когда вы работали в этих фирмах с указанием должностных обязанностей. Должностные обязанности лучше указывать при помощи герундия.

По каждому из мест работы необходимо отметить полное название компании и вашу должность. Укажите также, в какой стране и в каком городе вы трудились. Дополнительно вы можете указать род деятельности компании и название отдела, в котором работали.

Если у вас нет официального опыта работы, можно указать в этом разделе производственную практику, стажировку, подработку, фриланс, участие в каких-либо проектах и т. п.

В этом же разделе резюме на английском можно указать и свои профессиональные достижения (achievements). Делать это следует только в том случае, если вы можете конкретизировать свои успехи. Для описания достижений лучше использовать время Past Simple.

2.6. *Personal qualities (личные качества)*

Здесь нужно указать те личные качества, которые помогут выделить вас среди конкурентов на должность и продемонстрировать потенциальному работодателю вашу уникальность и эффективность. Также эти качества должны сочетаться с должностью, на которую вы претендуете.

2.7. *Special skills (специальные навыки)*

Именно в этом разделе у вас есть возможность раскрыться и показать себя с лучшей стороны благодаря дополнительным навыкам.

О чем писать в этом пункте:

1. *Language skills* (владение языками). Перечислите все языки, которыми владеете или которые изучаете. При этом для описания степени владения языками можно использовать стандартную градацию: Beginner, Elementary, Pre-Intermediate, Intermediate, Upper-Intermediate, Advanced, Proficiency. А можно использовать следующие слова:

- Native — родной.
- Fluent — свободное владение.
- Good reading and translating ability — читаю, перевожу со словарем.
- Basic knowledge — базовые знания.

2. *Computer literacy* (компьютерная грамотность). В этом пункте перечислите названия программ, с которыми вы умеете работать.

3. *Driving license* (водительские права). Если у вас есть водительские права, упомяните об этом в резюме.

4. *Hobbies* (хобби). С этим пунктом следует быть осторожным. Кратко упомяните о 2-3 своих хобби, напишите о своих достижениях, связанных с выбранной профессией.

2.8. *Awards (награды)*

Этот пункт включается в CV опционально, только если у вас есть какие-то значимые награды. Здесь вы указываете все грамоты, награды, гранты, стипендии, которые получали во время учебы в вузе или во время работы.

2.9. *Research experience (научная деятельность)*

Данные указываются при их наличии: в какой области вели научную деятельность и какие достижения у вас есть.

2.10. *Publications (публикации)*

Здесь вы пишете название своих публикаций, год их выхода и название издания, в котором они публиковались. Если у вас нет таких работ, пропускайте этот пункт.

2.11. *Memberships (членство в организациях)*

Этот пункт включается в CV тоже только в том случае, если вы состоите в какой-нибудь организации. В нем вы указываете, в каких профессиональных и общественных организациях вы состоите. При этом достаточно указать только название этой организации.

2.12. *References (рекомендации)*

В этом разделе следует указать контакты людей, которые могут рекомендовать вас как хорошего специалиста. Написать можно таким образом:

Petr Petrov, Company Name, xxx-x-xxx-xxxx, name@gmail.com (имя и фамилия контактного лица, название компании, телефон для связи, адрес электронной почты контактного лица).

Если вы пока не хотели бы предоставлять контакты своих бывших работодателей или не хотите перегружать резюме, напишите фразу available upon request (предоставляется по запросу).

Старайтесь брать рекомендации с любого места работы. Рекомендательное письмо всегда можно при необходимости прикрепить к резюме.

3. Дополнительные советы по оформлению:
 - a. Качественное фото
 - b. Использование стандартного шрифта
 - c. Формат PDF
 - d. Наличие ссылок на ваши профили в социальных сетях
 - e. Оптимальный объем CV
 - f. Корректная орфография и пунктуация
 - g. Соответствие требованиям компании (потенциального работодателя)

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Иностранный язык в профессиональной деятельности» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа.

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

– консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

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 в области медицины 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. 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 насколько осознанно 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 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 x 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 окончании 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.

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 лекциях или семинарских 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.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сути задания, грубые ошибки в ответе.

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.

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.

Презентация

Методические материалы к презентациям

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.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

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 демонстрируется 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.

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.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене 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.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за

каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для зачета с оценкой и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок

16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива (институт) на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 556 от 15.06.2017.	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «_____» _____ 20____ года	____.____.____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «_____» _____ 20____ года	____.____.____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «_____» _____ 20____ года	____.____.____



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

УТВЕРЖДАЮ
Заведующая кафедрой
Скороходова Елена Юрьевна
«27» апреля 2023 года

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ДЕЛОВОЙ РУССКИЙ ЯЗЫК В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

**Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»**

**Направленность
«Государственное регулирование в сфере туризма»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА
МАГИСТРАТУРЫ**

**Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная**

Москва, 2023 г.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Деловой русский язык в сфере профессиональной коммуникации» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017 гг № 556, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: Скороходова Елена Юрьевна, доктор филологических наук, доцент; Селезнева Лариса Васильевна, доктор филологических наук, доцент; Алешина Лариса Николаевна, кандидат филологических наук, доцент.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры русского языка и литературы

Зав. кафедрой русского
языка и литературы,
доктор филологических наук, доцент

Е.Ю.Скороходова

_____ (подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Доктор филологических наук, доцент
кафедры русской словесности и
межкультурной коммуникации
Государственного института
русского языка им. А.С.Пушкина

Л.В.Селезнева

_____ (подпись)

Доктор педагогических наук,
профессор кафедры иностранных
языков и культур РГСУ

Л.А.Апанасюк

_____ (подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, СЕМИНАРСКИМ /ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	7
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	12
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	16
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	27
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	27
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	28
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	29
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю).	31
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	46
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	55
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	65

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, СЕМИНАРСКИМ ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 включает 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. Особенности современной профессиональной коммуникации	
Тема 1.1. Функции и задачи профессионального общения.	Важнейшие функции профессионального общения. Уровни коммуникации: семиотический уровень, металингвистический уровень, паралингвистический уровень, синтетический уровень. Коммуникативные компетентности, коммуникация высокого и низкого уровня. Структура общения: коммуникативная, перцептивная и интерактивные стороны. Основные элементы процесса коммуникации. Модели коммуникации: Д. Лассвелл, У. Эко, Р. Якобсон, Ю. Лотман. Социальная коммуникация: критерии классификации. Типы информации: побудительная и констатирующая. Два основных типа коммуникативного воздействия: авторитарная и диалогическая коммуникация.

	2. Основные коммуникативные техники Коммуникативные стратегии и коммуникативные тактики. Слушать и слышать: сравнение и анализ. Нереплексивное слушание. Эмпатическое слушание. Рефлексивное (активное) слушание. Ситуации, в которых рефлексивное слушание эффективно. Ситуации, в которых рефлексивного слушания недостаточно. Структура техник активного слушания. Техника постановки вопросов. Типология вопросов и их характеристика. Техника аргументации. Активное видение. Контроль обратной связи по невербальным каналам. Техники директивного общения. Приемы директивного реагирования.
Тема 1.2. Основные коммуникативные техники	Коммуникативные стратегии и коммуникативные тактики. Слушать и слышать: сравнение и анализ. Нереплексивное слушание. Эмпатическое слушание. Рефлексивное (активное) слушание. Ситуации, в которых рефлексивное слушание эффективно. Ситуации, в которых рефлексивного слушания недостаточно. Структура техник активного слушания. Техника постановки вопросов. Типология вопросов и их характеристика. Техника аргументации. Активное видение. Контроль обратной связи по невербальным каналам. Техники директивного общения. Приемы директивного реагирования.
Тема 1.3. Языковые особенности официально-делового стиля	Формы речевой коммуникации, «дисплейный текст». Коммуникативная интенция, замысел и цель. Текст и контекст. Структура речевой коммуникации. Психологическая характеристика (когнитивная и мотивационная). Социально-ролевая характеристика. Статусная роль, ситуативная роль, стилевые характеристики. Элементы прохождения информации по коммуникативным сетям. Денотация, коннотация, полисемия, синонимия. Особенности официально-делового стиля.
РАЗДЕЛ 2. Служебная и личная документация.	
Тема 2.1. Способы классификации документов и правила их оформления	Способы классификации документов. Текстовые номы и правила оформления документов. Документ и его составляющие (реквизиты). Приемы унификации языка служебных документов. Интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи. Виды документов. Язык и стиль распорядительных документов. Язык и стиль коммерческой корреспонденции. Язык и стиль инструктивно-методических документов. Правила оформления документов.
Тема 2.2. Функция письма в деловой коммуникации	Письмо как вид коммуникативной деятельности Виды писем. Правила этикета в письмах. Письмовники как жанр учебной литературы и правил написания писем. Письмо как жанр в современном информационном пространстве.
РАЗДЕЛ 3. Деловое общение	
Тема 3.1. Основные виды делового общения	Цели и этапы делового общения. Виды делового общения. Иерархическая структура деловой коммуникации. Социально-ролевая

	характеристика участников коммуникации. Статусная роль, ситуативная роль, стилевые характеристики. Коммуникативные позиции (открытая, закрытая, отстраненная). Позиционирование как результат интеракции инстанций: позиция лидер, оппонент, пропонент. Основные жанры устного делового общения. Виды вопросов в устном общении. Эффективные речевые техники на примере жанра интервью.
Тема 3.2. Этика делового общения	Универсальные принципы деловой этики. Международные нормы делового этикета. Нормы деловой этики. Этические проблемы деловых отношений (соотношение целей и средств их достижения; соотношение личных и общественных интересов; выбор между краткосрочной выгодой и долгосрочным результатом; соотношение материальных и духовных ценностей при принятии решений). Общие этические принципы делового общения. Координация и гармонизация делового общения.
Тема 3.3. Переговорный процесс: сущность и технологии	Общая характеристика переговоров, их виды, функции, совместные решения. Стратегия, динамика и тактические приемы ведения переговоров. Подготовка к переговорам и проведение делового совещания. Общие правила поведения на переговорах. Деловой разговор и технология ведения переговоров. Речевые стратегии воздействия. Невербальные технологии переговоров. Гарвардская технология ведения переговоров. Национальные стили ведения деловых переговоров.

1.2. 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 степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательные-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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством 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 ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманый 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 (технология), 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. Особенности современной профессиональной коммуникации

Тема 1.1. Функции и задачи профессионального общения.

Вопросы для самоподготовки:

1. Уровни коммуникации: семиотический уровень, металингвистический уровень, паралингвистический уровень, синтетический уровень.
2. Коммуникативные компетентности, коммуникация высокого и низкого уровня.
3. Структура общения: коммуникативная, перцептивная и интерактивные стороны.

Тема 1.2. Основные коммуникативные техники

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные элементы процесса коммуникации. Модели коммуникации: Д. Лассвелл, У. Эко, Р. Якобсон, Ю. Лотман.
2. Деловая коммуникация: критерии классификации.
3. Типы информации: побудительная и констатирующая.

Тема 1.3. Языковые особенности официально-делового стиля

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности лексики официально-деловой документации.
2. Правила, предъявляемые к написанию текстов официально-деловой документации.
3. Особенности современной профессиональной коммуникации.

РАЗДЕЛ 2. Служебная и личная документация.

Тема 2.1. Способы классификации документов и правила их оформления

Вопросы для самоподготовки:

1. Текстовые языковые нормы документа.
2. Типология документов.
3. Служебные и личные документы.

Тема 2.2. Функция письма в деловой коммуникации

Вопросы для самоподготовки:

1. Коммерческие письма.
2. Композиция коммерческого письма.
3. Виды коммерческих писем.
4. Сопроводительное письмо.
5. Рекомендательное письмо

РАЗДЕЛ 3. Деловое общение

Тема 3.1. Основные виды делового общения.

Вопросы для самоподготовки:

1. Цели и этапы делового общения.
2. Виды делового общения.
3. Иерархическая структура деловой коммуникации.

Тема 3.2. Этика делового общения.

Вопросы для самоподготовки:

1. Организация делового телефонного разговора с работодателем.
2. Принцип кооперации Грайса.
3. Принцип вежливости Дж.Лича.
4. Деловой телефонный разговор.
5. Структура делового телефонного разговора.
6. Общепринятые правила телефонного разговора.

Тема 3.3. Переговорный процесс: сущность и технологии

Вопросы для самоподготовки:

1. Переговорный процесс: сущность и технологии
2. Общая характеристика переговоров, их виды, функции, совместные решения.
3. Стратегия, динамика и тактические приемы ведения переговоров.

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

РАЗДЕЛ 1. Особенности современной профессиональной коммуникации

Тема 1.1. Функции и задачи профессионального общения.

Схема 1.

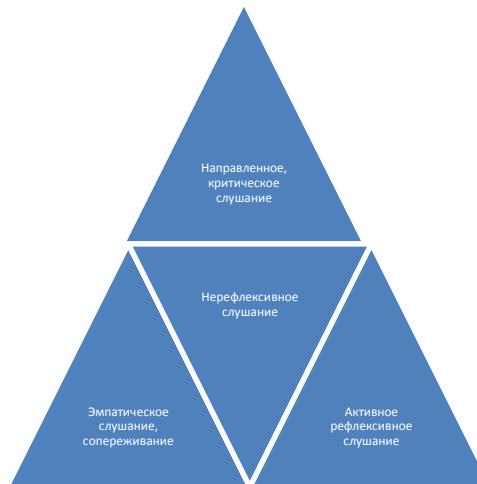


Схема 2.

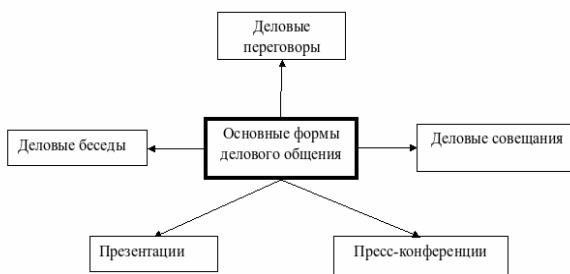


Схема 3.



Схема 4.



Тема 1.2. Основные коммуникативные техники

Виды коммуникаций:

№	Классификатор	Виды
1	По субъекту и средствам коммуникаций	Межличностные, внутриличностные; с помощью технических средств, информационных технологий.
2	По форме общения	Вербальные, невербальные.
3	По организационному признаку	Вертикальные, горизонтальные, диагональные.
4	По каналам общения	Формальные, неформальные.
5	По направленности общения	Нисходящие, восходящие.
6	По способам установления и поддержания контакта	Непосредственные, опосредованные (реклама, посредники и т.д.)

Тема 1.3. Языковые особенности официально-делового стиля

РАЗДЕЛ 2. Служебная и личная документация

Тема 2.1. Служебная и личная документация.

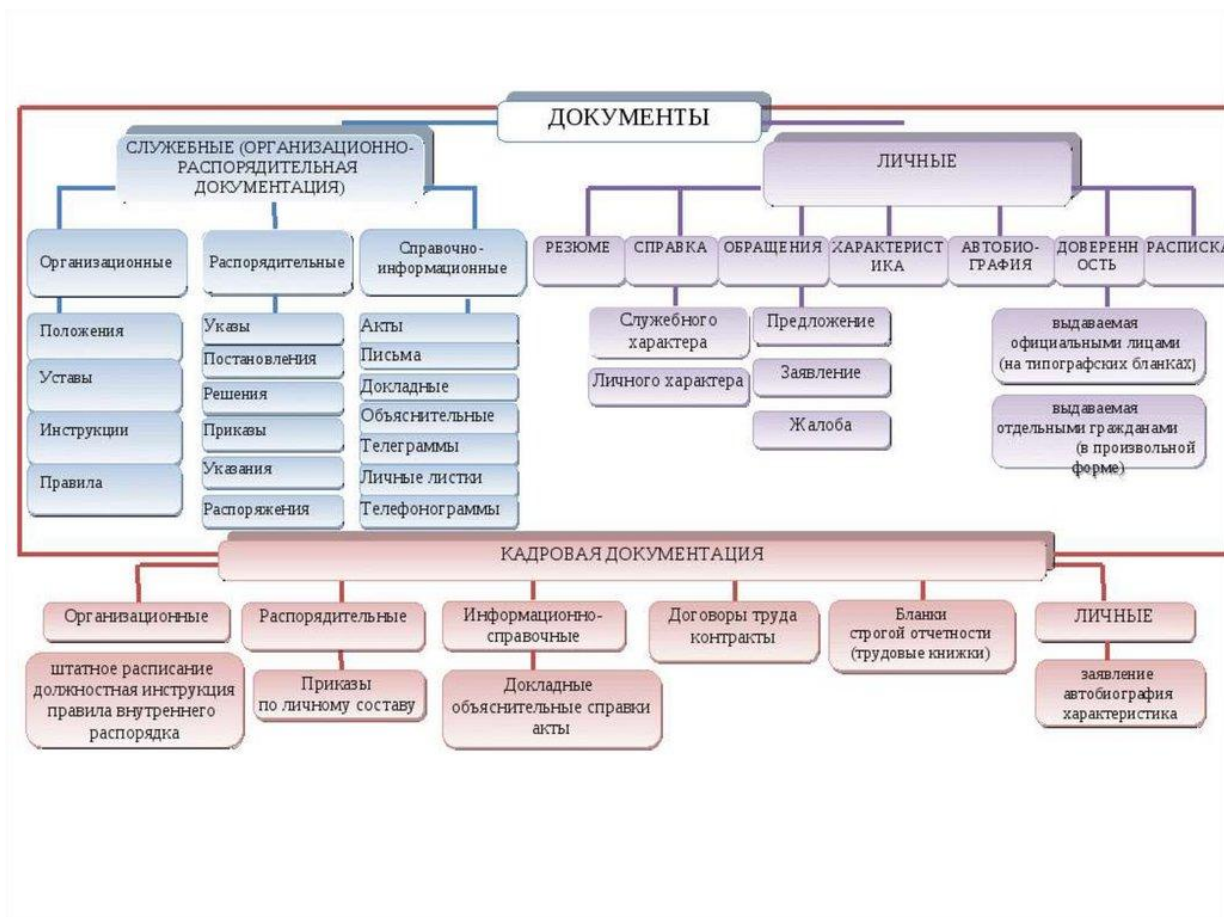


Схема 2.

По видам деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • организационно-распорядительные • по финансово-расчетным операциям • по бухгалтерскому учету и др.
По происхождению	<ul style="list-style-type: none"> • официальные • личные
По месту составления	<ul style="list-style-type: none"> • внутренние • внешние
По содержанию	<ul style="list-style-type: none"> • простые • сложные
По форме	<ul style="list-style-type: none"> • индивидуальные • трафаретные • типовые
По срокам исполнения	<ul style="list-style-type: none"> • срочные • несрочные
По средствам фиксации	<ul style="list-style-type: none"> • письменные • графические • фото- и кинодокументы
По назначению	<ul style="list-style-type: none"> • подлинники • копии • выписки • дубликаты
По степени гласности	<ul style="list-style-type: none"> • обычные • секретные • для служебного пользования
По юридической силе	<ul style="list-style-type: none"> • подлинные: действительные и недействительные • подложные

Тема 2.2. Функция письма в деловой коммуникации

РАЗДЕЛ 3. Деловое общение
Тема 3.1. Основные виды делового общения.

Схема 1.



Схема 2.



Тема 3.2. Этика делового общения.
Схема 1.



Тема 3.3. Переговорный процесс: сущность и технологии
Схема 1

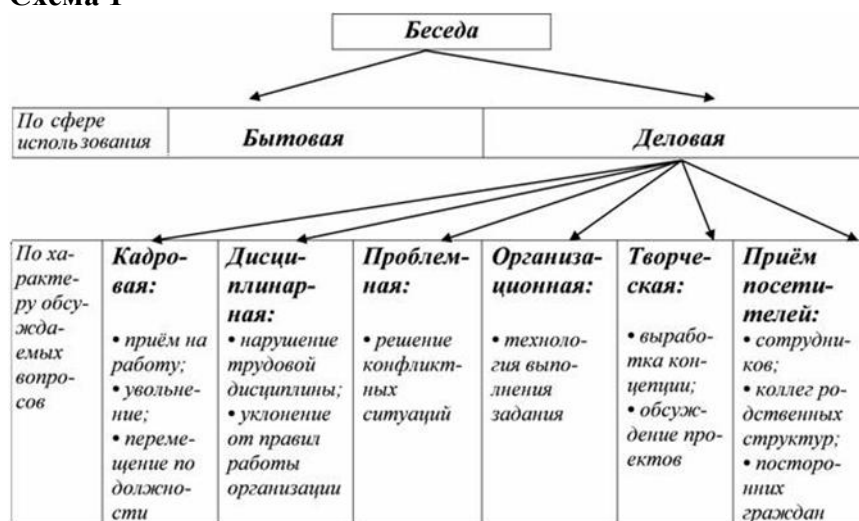


Схема 2



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. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа.

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

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 в области медицины 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. 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 насколько 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 x 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 заслушиванием 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 окончании 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.

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 лекциях или семинарских 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.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

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.

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.

Презентация

Методические материалы к презентациям

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.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

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.

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.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами 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.

Критерии оценки лабораторного 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.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене 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.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания

0 рейтинговых баллов	не аттестован
----------------------	---------------

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной 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: Деловой русский язык в сфере профессиональной коммуникации
2. Раздел 1. **Особенности современной профессиональной коммуникации**
3. Тема лекционного занятия-
Функции и задачи профессионального общения
4. Цели занятия.
Раскрыть сущность профессионального общения
5. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Важнейшие функции делового общения. Уровни коммуникации: семиотический уровень, металингвистический уровень, паралингвистический уровень, синтетический уровень.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Коммуникативные компетентности, коммуникация высокого и низкого уровня. Структура общения: коммуникативная, перцептивная и интерактивные стороны.	Опрос, оценка знаний студентов
3	Основные элементы процесса коммуникации. Модели коммуникации: Д. Лассвелл, У. Эко, Р. Якобсон, Ю. Лотман.	Опрос, оценка знаний студентов
4	Два основных типа коммуникативного воздействия Социальная коммуникация: критерии классификации.	Опрос, оценка знаний студентов

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)

Тема. **Функции и задачи профессионального общения**

Текст лекции

КОММУНИКАЦИЯ (лат. communicatio, от communico – делать общим, делать сообща, связывать, общаться), взаимодействие людей и животных, предполагающее обмен информацией с помощью специализированных сигналов-посредников.

Коммуникация представляет собой социальный процесс. Она выполняет связующую функцию в обществе.

Коммуникация происходит не только в человеческих социальных системах: определенного рода коммуникация характерна для животных (пение птиц, язык пчел и т. п.).

Если коммуникация – это процесс передачи сообщения, информации, то все более актуальным становится и известный афоризм: «*Кто владеет информацией, тот владеет властью*».

Классической формулой коммуникации, которая встречается в большинстве пособий по теории коммуникации, принято считать определение, данное американским исследователем Гарольдом Д. Лассвеллом (H.D.Lasswell): “*Who says what to whom in which channel with what effect?*”. Дословный перевод звучит следующим образом: «Кто, что говорит кому, по какому каналу, с каким эффектом?».

Когда коммуникативный процесс является объектом анализа, его удобно представлять **в виде модели**.

Их достаточно много –различных моделей, в которых схематически воспроизводятся его составные элементы и функциональные характеристики. 1. **Пятивопросная модель(пентада) Гарольда Дуайта Лассуэлла**, которая представляет собой одну из ведущих парадигм теоретического осмысления коммуникации в современной политологии, социологии и психологии.

Чаще всего его имя связывают с такими эпитетами, как «основатель современной политологии» и «Чикагской школы социологии», «создатель научного направления – политической психологии». Г. Лассуэлл также широко известен как исследователь социальной коммуникативистики, военной пропаганды, рекламы и средств массовой информации.

В 1948 г., будучи профессором Йельской школы права, Г.Д. Лассуэлл описывает модель коммуникации, которую позднее назовут его именем. В своей статье «Структура и функции коммуникации в обществе» (The Structure and Function of Communication in Society) он впервые приходит к мысли о том, что самым простым или удобным путем описания акта коммуникации являются ответы на пять следующих вопросов: кто говорит? что говорит? по какому каналу сообщает? кому? с каким эффектом? Зарубежные исследователи коммуникации, связей с общественностью, политологи и социологи считают эту формулу одной из первых и наиболее значимых моделей общения.

Конечно, последователи Г. Лассуэлла, в том числе и в нашей стране, пошли гораздо дальше и развили эту идею, постаравшись довести ее до совершенства, но роль Г. Лассуэлла трудно переоценить, поскольку именно его, представляющаяся сегодня очевидной, простая пятивопросная модель дала ощутимый импульс, понимание и соответствующий угол зрения на множество проблем.

2) Новый информационный мир по-иному выстраивает свои приоритеты, опирается на новые типы возможностей. **Модель К. Шеннона** (для лингвистики интерес представляет введенное им понятие «избыточности языка»)

Клод Элвуд Шеннон (30 апреля 1916 — 24 февраля 2001) — американский математик, инженер-электрик, и криптограф, известный как «отец теории информации» совместно с Уивером Уорреном (Warren Weaver; 1894—1978) (американский математик, основоположник машинного перевода) в 1949 году написали книгу «Математическая теория коммуникации»,

Информация как концепция впервые была изучена в математических и технических науках, где она определялась как мера количественного измерения данных, распространяемых по техническим каналам связи. Содержание данных не имеет значения. При этом информация

является элементом кибернетической модели, её объём характеризуется неопределенностью. Такая модель кибернетической информации и была создана Клодом Шенноном и Уорреном Уивером.

Клод Шеннон выделил **три уровня коммуникации**: технический, семантический и уровень эффективности. **Технические проблемы** связаны с точностью передачи информации от отправителя к получателю. **Семантические проблемы** - с интерпретацией сообщения получателем сравнительно с тем значением, которое было отправлено отправителем. **Проблема эффективности** отражает успешность, с которой удастся изменить поведение в связи с переданным сообщением.

Систему коммуникации, по мнению Клода Шеннона, можно представить в следующем виде: **центральной проблемой** для него становится вопрос передачи информации, но при этом главным становится не то, что сказано, а то, что могло быть сказано: *"Информация является степенью вашей свободы выбора, когда вы выбираете сообщение. Когда вы находитесь в весьма элементарной ситуации, где вы имеете выбор из двух альтернативных сообщений, тогда можно условно говорить, что информация равна единице"* [580, p. 17-18]. Информация (или энтропия) в этой модели предстает с точки зрения свободы выбора. Можно высчитать максимальную энтропию, которую в состоянии иметь этот источник с тем же набором символов. Естественный язык в этом плане избыточен: так для английского языка эта цифра составляет 50%. Такая высокая избыточность и позволяет исправлять ошибки, возникающие при передаче. Чем больше уровень шума, тем избыточность становится необходимее.

Клод Шеннон также предлагает на пути от источника к передатчику поставить еще один элемент — "семантический шум". Он будет отражать изменения в значении, которые невольно вносит источник информации.

3) Статус наук коммуникативного цикла непрерывно возрастает. В этой области также появились свои "глобалисты", замкнувшие на коммуникацию весь мир. Это **Маршалл Маклюэн**.

Концепцию М. Маклюэна можно описать несколькими основополагающими идеями.

Во-первых, это повышение роли самого канала коммуникации, который задает в ряде случаев само сообщение. Маклюэн также подчеркивал, что современные средства коммуникации **уже передают** не столько само сообщение, сколько его автора, например, имея в виду телевидение.

Во-вторых, всеобщность его подхода привела к рассмотрению мира как одной глобальной деревни, единство которой достигается за счет СМИ.

В-третьих, Маклюэн предложил очень интересное разграничение "горячих" и "холодных" СМИ. Горячие средства загружают орган чувств полностью, холодные — из-за недостаточной информационной определенности заставляют подключаться все органы чувств. Радио, с его точки зрения, является горячим средством, телевидение — холодным, поскольку радио "не вызывает такой высокой степени соучастия аудитории в своих передачах, как телевидение. Его роль в том, чтобы создавать звуковой фон или устранять шумы, как в случае с подростком, открывшем в радиоприемнике средство отгородиться от своего окружения. Телевидение не подходит для создания фона. Оно завлекает вас, и без этого, что называется, не обойтись" [546, с. 169-170].

МакЛюэна отличал неожиданный взгляд на самые обычные предметы. Из книги «Понимание средств коммуникации» мы узнаем о том, какую огромную роль в жизни человека эпохи Фердинанда и Изабеллы играли такие средства коммуникации, как географические карты, помощники в освоении новых просторов. Их тщательно оберегали от чужих глаз, поскольку они были ключом к освоению новых территорий. Для тех времен, как утверждает МакЛюэн, карты играли такую же роль, как для современного человека новейшие технологические разработки, которые нередко современные бизнесмены крадут у конкурентов. Карты в теории канадского ученого связаны с другими СМК – дорогами: они соединяли разные географические точки, по ним долгое время распространялась информация, и только изобретение электричества и телеграфа создало условия для мгновенной передачи сообщения. [12, с. 89– 106]. Деньги, по мнению МакЛюэна, это форма коммуникации, язык, который переводит «труд

4) Для языкознания эти идеи были интерпретированы Романом Якобсоном. Роман Осипович Якобсон (1896—1982) — российский филолог, фольклорист, полиглот, один из основателей ОПОЯЗа (Общества по изучению поэтического языка) эмигрировал из России в 1921 г. сначала в Чехию, затем в Норвегию, Швецию и США. Его идеи повлияли на семиотику Ф. де Соссюра, на формирование Пражского лингвистического кружка. Он популяризировал семиотику Ч.С. Пирса, изучал значение звуков, связь звучания и значения, став родоначальником фонологии в лингвистике. Р.О. Якобсон разработал **лингвистическую модель** речевой коммуникации, в которой обосновал основные функции языка соответствующие базисным элементам акта коммуникации: адресант, контекст, сообщение, канал, контакт, код, адресат.

Структура модели Свою модель коммуникации Р.Якобсон описывает следующим образом: Адресант посылает сообщение адресату. Для того, чтобы сообщение могло беспрепятственно выполнять возложенные на него функции, необходимо соблюдение таких факторов, как:

Адресант (addresser) – Субъект, отправляющий сообщение;

Адресат (addressee) – Субъект, получающий сообщение;

Сообщение – Информация, отправляемая адресату;

Контекст (context), о котором идет речь. Адресат должен однозначно воспринять этот контекст. Контекст должен либо изначально быть вербальным, либо допускать вербализацию;

Код (code). Код должен быть понятен и адресанту и адресату, поэтому должен быть абсолютно общим или хотя бы частично общим для кодирующего и декодирующего;

Контакт (contact) – канал физической связи или же наличие психологической связи между адресантом и адресатом. Контакт обуславливает возможность установления и поддержания коммуникации между сторонами.

Классификация типов коммуникации до интернета

Для исследователей представляют интерес не только типы общения (коммуникации), но и принципы их классификации. Наиболее существенным критерием классификации типов коммуникации является количество участников. На этой основе можно выделить следующие типы:

- автокоммуникация (разговор с самим собой, личный дневник);
- межличностная коммуникация (взаимодействие двух или нескольких субъектов-индивидов);
- групповая коммуникация (взаимодействие между субъектом и группой, между двумя или несколькими группами, внутри группы)

- массовая коммуникация (распространение при помощи технических средств – печати, радио, телевидения и т. д. – сообщений, адресованных широкой аудитории) (подробнее см. ниже).

С распространением интернета инновационные возможности канала трансформируют, в том числе, характер адресата: *«Массовый адресат в интернет-коммуникации стратифицируется по интересам и становится не массовым, а коллективным адресатом. То есть массовый адресат в интернеткоммуникации является совокупностью коллективных адресатов, объединенных по темам, по блогерам, чьими подписчиками они являются, по корпоративным сайтам и т. п.»* [Барышева, Касперова 2015: 125]. Рассмотрим типы коммуникации, традиционно выделяемые в эпоху до интернета.

1. Автокоммуникация. Понятие автокоммуникация вводится Ю.М. Лотманом. В статье «О двух моделях в системе культуры» он выделил два возможных направления передачи сообщения: «Я – Я» и «Я – ОН» [Лотман 1992: 76–77]. Система «Я – ОН» является наиболее типичным случаем. В данном случае направление «Я» обозначает субъекта передачи, то есть адресанта – обладателя информации, а направление «ОН» – адресата. Перед коммуникацией некое сообщение известно только «мне» и не известно «ему». Наоборот, если субъект передачи общается с самим собой, то информация 18 сообщения известна адресанту и адресату. Эта система называется «Я – Я». На основе направления «Я – Я» Ю.М. Лотман впервые предложил понятие «автокоммуникация» и ввел в лингвистический обиход этот термин. У автокоммуникации существуют и другие названия – интраперсональная коммуникация, внутренняя коммуникация. Как следует из термина, автокоммуникация – «это форма коммуникации, которая замкнута на одном субъекте, выступающем и создателем, и получателем сообщения. Автокоммуникация сопровождает любую человеческую деятельность в виде внутренней речи, но может протекать и в определённой форме (монолог, дневник, не предназначенные другим записи и пр.)» [Российская социологическая энциклопедия 1998: 1]. В системе «Я - Я» объект коммуникации является и её субъектом, то есть обладатель информации передаёт информацию самому себе. По определению Ю.М. Лотмана, это «... те дневниковые записи, которые делаются не с целью запоминания определенных сведений, а имеют целью, например, уяснение внутреннего состояния пишущего, уяснение, которое без записи не происходит. Обращение с текстами, речами, рассуждениями к самому себе» [Лотман 1992: 77]. В отличие от системы «Я – ОН», которая в основном относится к «пространственному измерению» (информация распространяется в пространстве), система «Я – Я» преимущественно относится к «временному измерению». Субъект общения отправляет сообщения самому себе не только для памяти, но и для передачи информации во времени, а также постигает скрытое значение информации в процессе автокоммуникации. Отметим, что традиционный для автокоммуникации жанр дневника, обретая новую форму, является популярным в интернете. Мы имеем в виду так называемые блоги (от англ. blog), самой первой и самой известной платформой которых является Live Journal (русск. Живой Журнал, или ЖЖ).

2. Межличностная коммуникация

В межличностной коммуникации участвуют как минимум двое, но возможно большее количество участников. Они имеют случайный или преднамеренный, частный или публичный, длительный или кратковременный, вербальный или невербальный личностный контакт [Полякова 2017: 26]. Главная цель межличностной коммуникации – передача информации и обмен мнениями. Она возможна как в устной (беседа), так и в письменной форме (письмо,

записка). При этом до появления интернета участники межличностной коммуникации обычно общались в ходе личной встречи. Этот вид коммуникации обладает спецификой, связанной с общением в режиме реального времени. С помощью вербальных и невербальных средств субъект и объект общения имеют возможность визуального, аудиального и тактильного взаимодействия, то есть могут слышать, видеть и касаться друг друга. Благодаря этому контакту участники легко осуществляют обмен информацией, мнениями, эмоциями. В различных определениях межличностной коммуникации исследователи указывают ее разные специфические черты. В целом для нее характерны «неофициальность, спонтанность, неорганизованность, нерегулируемость, нерегламентируемость» [Словарь социолингвистических терминов 22–23]. В.Н. Куницына в своем определении указывает на важность наличия определенного типа отношений между коммуникантами: «Межличностное общение – взаимодействие между несколькими людьми, осуществляемое с помощью средств речевого и неречевого воздействия, в результате которого возникают психологический контакт и определенные отношения между участниками общения» [Куницына 2001: 4]. По мнению В.П. Конецкой, «межличностная коммуникация понимается как процесс одновременного речевого взаимодействия коммуникантов и их воздействия друг на друга» [Конецкая 1997: 113]. Технические средства (т. е. канал), как и предсказывал Г. Лассуэлл, создают особые типы межличностной коммуникации, что отмечается современными исследователями. «Благодаря телефону появилась возможность практически мгновенной передачи и приема на расстоянии устных и письменных сообщений. Позже видеотелефон позволил собеседникам не только слышать, но и одновременно видеть друг друга» [Мечковская 2009: 430]. С появлением интернета межличностная коммуникация приобретает те же инновационные категории, что и любая письменная информация, размещенная здесь: поликодовость, мультимедийность, интерактивность [Дедова 2010: 37], т. е. становится возможным общение с помощью разных каналов восприятия и передачи информации (письменный текст, графика, видео и т. д.).

3. Групповая коммуникация

Групповая коммуникация – «это такой тип коммуникационного взаимодействия, при котором общение происходит между двумя или большим количеством людей определенной социальной группы или организации в целях осуществления взаимозависимых действий и решения совместных задач» [Шаталова 2016: 250]. В соответствии с субъектом общения групповую коммуникацию можно разделить на две категории: личностно-групповую и межгрупповую. В личностно-групповой коммуникации один человек становится субъектом (то есть лидером общения) и может транслировать информацию в тех или иных формах какой-то конкретной группе людей. При межгрупповой коммуникации в процесс общения в качестве адресанта и адресата вовлечены не конкретные индивиды, а группы людей, сформированные на определенных основаниях. В отличие от межличностного общения, члены групповой коммуникации имеют меньше возможностей общаться друг с другом. Преимущественная возможность передачи информации дается лидеру, который вступает в коммуникацию с группой. Также очевидно, что в межгрупповой коммуникации группа людей становится субъектом общения. Здесь надо подчеркнуть, что данная группа обычно заинтересована в обсуждении общей 21 темы. Форма групповой коммуникации разнообразна – концерты, оркестры, собрания и др.

4. Массовая коммуникация

В подходах к определению массовой коммуникации нет единства мнений, но большинство исследователей вслед за Умберто Эко подчеркивают роль технических средств в

формировании данного феномена. По определению М.С. Андрианова, массовая коммуникация – это «процесс систематического распространения информации (знаний, духовных ценностей, моральных и правовых норм и т. п.) и передачи специально подготовленных сообщений с помощью технических средств (звукозапись, видеозапись, печать, радио, кинематограф, телевидение и т. д.) на численно большие, анонимные, рассредоточенные аудитории» [Андрианов 2007: 171]. То есть «массовая коммуникация (от англ. mass communication) представляет собой систематическое информационное воздействие социальных институций, то есть средств массовой информации (печать, радио, телевидение), на мнения и поведение людей» [Мечковская 2009: 431]. Очевидно, что адресатами общения являются не отдельные индивиды, а массы. Главная цель массовой коммуникации – с помощью разнообразных технических средств распространять информацию, по мере возможности максимально широко. Термин «масс-медиа» (от англ. mass-media) отражает активную роль средств массовой информации (СМИ), связанную с влиянием субъектов коммуникации (органов власти, политических и общественных организаций, их лидеров) на самую широкую аудиторию.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какие уровни коммуникации выделяют?
2. В чем суть семиотического, металингвистического, паралингвистического и синтетического уровней.
3. Коммуникативные компетентности, коммуникация высокого и низкого уровня.
4. Какова структура общения?

1. Учебная дисциплина. Деловой русский язык в сфере профессиональной коммуникации

2. Раздел 2. **Служебная и личная документация.**

3. Тема лекционного занятия - **Способы классификации документов и правила их оформления**

4. Цели занятия. Показать типологию деловых документов

5. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сферы деятельности официально-делового стиля Характерные черты и конститутивные свойства официально-делового стиля.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Языковые признаки официально-делового стиля (лексические, морфологические, синтаксические). Текстовые нормы. Формуляр и реквизиты.	Опрос, оценка знаний студентов
3	Основные жанры официально-делового стиля. Типология документов	Опрос, оценка знаний студентов

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

§1. Официально-деловой стиль речи(общая характеристика)

Официально-деловой стиль – это стиль, который обслуживает правовую и административно-общественную сферы деятельности. Он используется при написании документов, деловых бумаг и писем в государственных учреждениях, суде, а также в разных видах делового устного общения.

Среди книжных стилей официально-деловой стиль выделяется относительной устойчивостью и замкнутостью. С течением времени он, естественно, подвергается некоторым изменениям, но многие его черты: исторически сложившиеся жанры, специфическая лексика, морфология, синтаксические обороты – придают ему в целом консервативный характер.

Для официально-делового стиля характерны сухость, отсутствие эмоционально окрашенных слов, сжатость, компактность изложения.

В официальных бумагах набор используемых языковых средств заранее задан. Самая яркая черта официально-делового стиля – это языковые штампы, или так называемые клише (франц. *clich*). От документа не ждут, чтобы в нем проявилась индивидуальность его автора, наоборот, чем более клиширован документ, тем удобнее им пользоваться (примеры клише см. ниже)

Официально-деловой стиль – это стиль документов разных жанров: международных договоров, государственных актов, юридических законов, постановлений, уставов, инструкций, служебной переписки, деловых бумаг и т.д. Но, несмотря на различия в содержании и разнообразие жанров, официально-деловой стиль в целом характеризуется общими и самыми важными чертами. К ним относятся:

- 1) точность, исключая возможность инотолкований;
- 2) языковой стандарт.

Эти черты находят свое выражение а) в отборе языковых средств (лексических, морфологических и синтаксических); б) в оформлении деловых документов.

Рассмотрим особенности лексики, морфологии и синтаксиса официально-делового стиля.

§2. Языковые признаки официально-делового стиля речи

Лексические признаки официально-делового стиля речи

Лексическая (словарная) система официально-делового стиля, кроме общекнижных и нейтральных слов, включает:

- 1) **языковые штампы (канцеляризмы, клише)**: *ставить вопрос, на основании решения, входящие-исходящие документы, контроль за исполнением возложить, по истечении срока.*
- 2) **профессиональную терминологию**: *недоимка, алиби, черный нал, теневой бизнес;*
- 3) **архаизмы**: *оным удостоверяю, сей документ.*

В официально-деловом стиле недопустимо употребление многозначных слов, а также слов в переносных значениях, а синонимы употребляются крайне редко и, как правило, принадлежат одному стилю: *снабжение = поставка = обеспечение, платежеспособность = кредитоспособность, износ = амортизация, ассигнование = субсидирование* и др.

Официально-деловая речь отражает не индивидуальный, а социальный опыт, вследствие чего ее лексика предельно обобщена. В официальном документе предпочтение отдается

родовым понятиям, например: прибыть (вместо *приехать, прилететь, прийти* и т.д.), транспортное средство (вместо *автобус, самолет, "Жигули"* и т. д.), населенный пункт (вместо *деревня, город, село* и т.д.) и др.

Морфологические признаки официально-делового стиля речи

К морфологическим признакам данного стиля относится многократное (частотное) использование определенных частей речи (и их типов). В их числе следующие:

- 1) существительные – названия людей по признаку, обусловленному действием (*налогоплательщик, арендатор, свидетель*);
- 2) существительные, обозначающие должности и звания в форме мужского рода (*сержант Петрова, инспектор Иванова*);
- 3) отглагольные существительные с частицей *не-* (*лишение, несоблюдение, непризнание*);
- 4) производные предлоги (*в связи, за счет, в силу, по мере, в отношении, на основании*);
- 5) инфинитивные конструкции: (*провести осмотр, оказать помощь*);
- 6) глаголы настоящего времени в значении обычно производимого действия (*за неуплату взимается штраф...*);
- 7) сложные слова, образованные от двух и более основ (*квартиросъемщик, работодатель, материально-технический, ремонтно-эксплуатационный, вышеуказанный, нижепоименованный* и т.п.).

Использование указанных форм объясняется стремлением делового языка к точности передачи смысла и однозначности толкования.

Синтаксические признаки официально-делового стиля речи

К синтаксическим признакам официально-делового стиля относятся:

- 1) употребление простых предложений с однородными членами, причем ряды этих однородных членов могут быть весьма распространенными (до 8–10), например: *... штрафы в качестве меры административного взыскания могут устанавливаться в соответствии с законодательством России за нарушение правил техники безопасности и охраны труда в промышленности, строительстве, на транспорте и в сельском хозяйстве*;
- 2) наличие пассивных конструкций (*платежи вносятся в указанное время*);
- 3) нанизывание родительного падежа, т.е. употребление цепочки имен существительных в родительном падеже: (*результаты деятельности органов налоговой полиции...*);
- 4) преобладание сложных предложений, в особенности сложноподчиненных, с придаточными условными: *При наличии спора о размерах причитающихся уволенному работнику сумм администрация обязана уплатить указанное в настоящей статье возмещение в том случае, если спор решен в пользу работника.*

§3. Жанровое многообразие официально-делового стиля речи

По тематике и разнообразию жанров в рассматриваемом стиле выделяют две разновидности: I – *официально-документальный стиль* и II – *обиходно-деловой стиль*.

В свою очередь в официально-документальном стиле можно выделить ① язык законодательных документов, связанных с деятельностью государственных органов (Конституция РФ, законы, уставы), и ② язык дипломатических актов, связанных с международными отношениями (меморандум, коммюнике, конвенция, заявление). В обиходно-деловом стиле различают ① язык служебной переписки между учреждениями и организациями, с одной стороны, и ② язык частных деловых бумаг – с другой.

Все жанры обиходно-делового стиля: служебная переписка (деловое письмо, коммерческая корреспонденция) и деловые бумаги (справка, удостоверение, акт, протокол,

заявление, доверенность, расписка, автобиография, и др.) – характеризуются известной стандартизацией, облегчающей их составление и использование и рассчитанной на экономию языковых средств, на устранение неоправданной информационной избыточности (см. подробно 4.2; 4.3; 4.4).

Рассмотрим кратко одну из разновидностей официально-документального стиля – **дипломатический подстиль**.

Дипломатический подстиль

Дипломатия – это искусство разрешения международных разногласий мирными средствами; это также техника и мастерство, гармонично воздействующие на международные отношения и подчиняющиеся определенным правилам и обычаям.

Дипломатическая деятельность всегда носила ярко выраженный ритуальный характер. Дипломатическая профессия очень стара. Свидетельства договоров о мире встречаются среди древнейших исторических памятников. Одним из важнейших качеств дипломата – общительность. Общество дипломатов – это ограниченный круг людей, хорошо подобранный, в какой-то мере изолированный, со своими строгими правилами этикета и профессиональной вежливости. Дипломат должен обладать тактом.

Сфера функционирования дипломатического подстиля – дипломатия и международные отношения. Дипломатический подстиль включает в себя следующие жанры: конвенция, коммюнике, декларация, заявление, меморандум, нота, международное соглашение и др.

Языковые особенности дипломатического подстиля

Для языка дипломатии характерно употребление *международной* дипломатической **терминологии** и **терминологии международного права**, в основном латинского и французского происхождения, например: *консул, конвенция; атташе, демарш, коммюнике* (так как языком дипломатии в Средние века был латинский, а позднее французский). Иногда в дипломатических текстах *латинские термины* и выражения употребляются в латинском написании: *persona non grata, status quo, право veto* и т.д.

Дипломатические тексты отличаются наличием слов и сочетаний *общелитературного языка*, которые в определенных значениях употребляются в качестве терминов: *протокол* (совокупность общепризнанных правил международного общения), *сторона* (определенное государство и его правительство, участвующее в переговорах) и т.п.

В дипломатических документах часто употребляются слова, имеющие стилистическую помету *книжное, высокое*, которые придают дипломатическим документам торжественное звучание. Например: *Высокий Гость, визит вежливости, сопровождающие лица* и т.п. Используется так называемая *этикетная лексика*, в состав которой нередко входят историзмы: *Его Величество, Его Высочество, госпожа, господин* и т.д., а также близкая к этикетной лексике **комплиментарная лексика** (протокольные официальные формулы дипломатической вежливости): *свидетельствовать почтение, принять уверение в почтении* (в глубоком уважении) и т.п. Многие из этих протокольных, официальных формул имеют международный характер.

Языку дипломатии свойственна эмоционально-экспрессивная окрашенность. Это сближает дипломатический подстиль с публицистикой. Например: *Мы с огромным интересом рассмотрим все вопросы, обозначенные в протоколах 2004 года.*

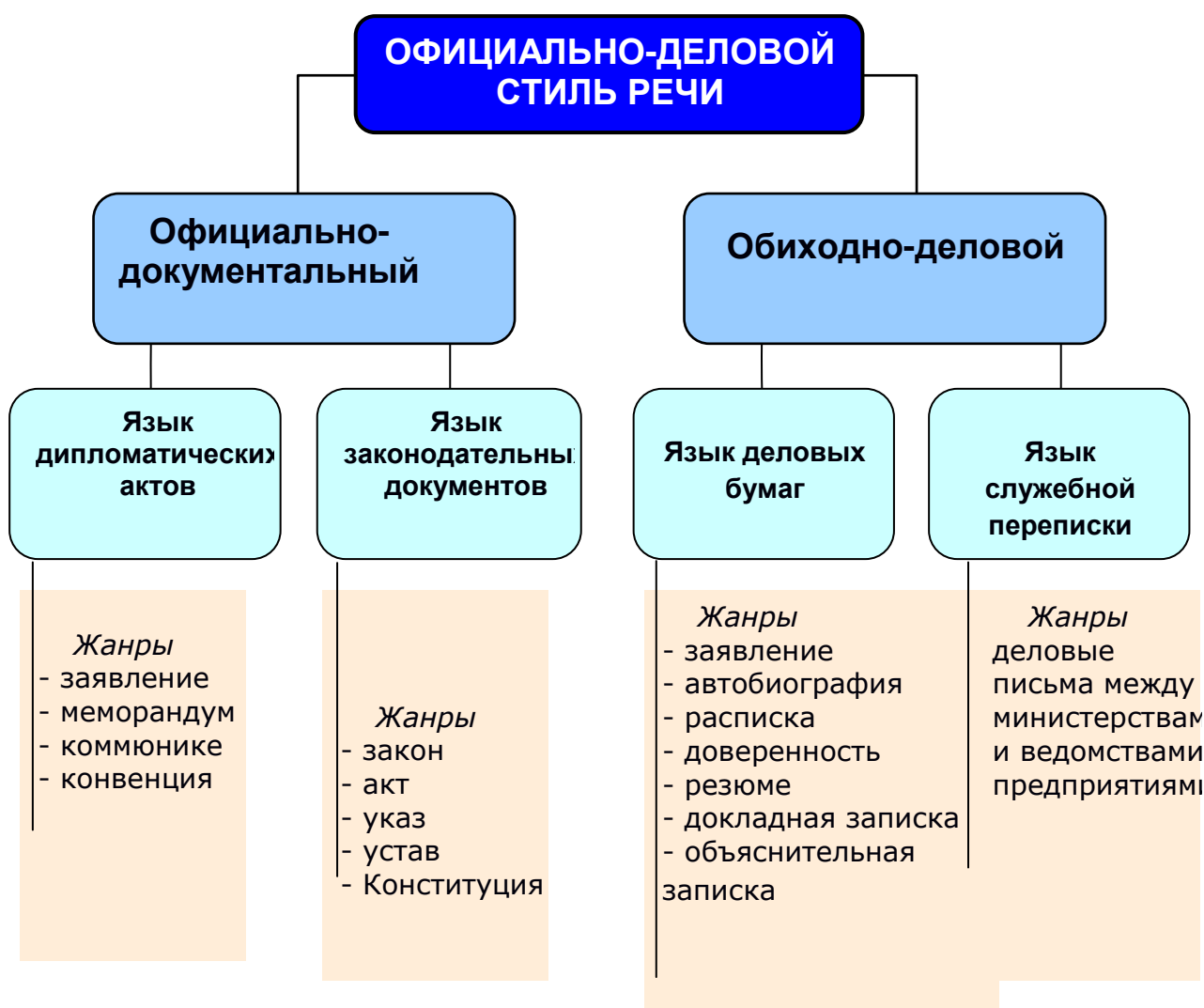
Для синтаксиса дипломатических документов характерно употребление условно-уступительных предложений, гибких формулировок, что соответствует требованиям дипломатического этикета, дипломатического такта. Повелительное наклонение и

соответственно императивные предложения (приказ, повеление) употребляются в дипломатическом подстиле в исключительных случаях – в нотах протеста, в ультиматумах.

В заключение отметим, что дипломатический подстиль наиболее "открытый" из всех подстилей деловой речи, он ближе других разновидностей официально-делового стиля соприкасается с политикой и публицистикой, и это обуславливает его языковое и стилистическое своеобразие.

Велика сила слова в дипломатии, в ее власти над международными событиями (как велика роль слова в официально-деловом стиле вообще). Демосфен говорил: "Послы не имеют ни кораблей, ни тяжелой артиллерии, ни крепостей. Их оружие – слова и благоприятные возможности".

Структурно-логическая схема "Официально-деловой стиль речи и его разновидности"



Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какие сферы деятельности обслуживает официально-деловой стиль?
2. Каковы общие черты официально-делового стиля?

3. Перечислите языковые признаки официально-делового стиля (лексические, морфологические, синтаксические).
4. Расскажите о дипломатическом подстиле.
5. Назовите основные жанры официально-делового стиля.

Учебная дисциплина. Деловой русский язык в сфере профессиональной коммуникации

2. Раздел 3. **Деловое общение**

3. Тема лекционного занятия- **Основные виды делового общения**

1. Цели занятия.

Раскрыть сущность профессионального общения

5. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Цели и этапы делового общения.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Виды делового общения.	Опрос, оценка знаний студентов
3	Иерархическая структура деловой коммуникации	Опрос, оценка знаний студентов

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. Текст лекции.

Общение является основной составляющей труда «деловых людей», таких специалистов, как менеджеры, юристы, психологи, бизнесмены, рекламисты и т.п. Поэтому владение формами и нормами делового общения, средствами вербальной и невербальной коммуникации необходимо для каждого человека.

При деловом общении возникает процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен информацией и опытом, связанными с рабочей деятельностью. При деловом общении ставятся конкретные задачи, которые требуют своего решения, или реализуются определенные цели.

Итог делового общения - конкретный результат.

Деловое общение – общение по строгим правилам, знание специфики речевого этикета и корпоративной культуры.

Деловое общение как вид социальной коммуникации.

Деловое общение как вид массовый социальной коммуникации приобрело в современном мире глобальное значение. Для успешной деловой коммуникации необходимо гармоничное сочетание речевой и поведенческой составляющих.

Внешняя сторона делового общения реализуется в коммуникативных действиях и проявляется в речевой активности, умении слушать, аргументированно излагать свою точку зрения.

Внутреннее содержание деловой коммуникации выражено при помощи невербальных сигналов. Выбор стиля (творчески-продуктивный, подавляющий, дистанционный, дружеский, прагматически-деловой и др.) и манеры общения зависит от индивидуальных качеств коммуниканта, коммуникативных задач и возможностей, сложившегося характера отношений с деловыми партнерами и других психологических и социальных факторов. Деловое общение, как правило, протекает по каноническим речевым ситуациям, связано с речевой традицией и нормами речевого и поведенческого этикета.

Деловое общение представляет собой особую форму взаимодействия людей в процессе определенного вида трудовой деятельности, которая содействует установлению нормальной морально-психологической атмосферы труда и отношений партнерства между руководителями и подчиненными, между коллегами, создает условия для продуктивного сотрудничества людей в достижении значимых целей, обеспечивая успех общего дела.

Предметом делового общения является дело, содержанием - социально-значимая совместная деятельность людей, которая предполагает согласованность действий, понимание и принятие каждым ее участником целей, задач и специфики этой деятельности, своей роли и своих возможностей по ее реализации. Важную роль в организации делового общения играют пространственные временные рамки, соблюдение речевых норм, правил речевой культуры и норм поведения, внешний вид и др..

1. Цели делового общения.

Основной целью делового общения является организация и оптимизация определенного вида совместной деятельности, которая направлена на получение прибыли. Часто деловое общение связано с определенными ситуациями и задачами:

- заключение контракта;
- разрешение проблем;
- достижение договоренности о чем-либо;
- изменение точки зрения собеседника;
- увеличение дохода;
- рост личного влияния;
- служебный рост;
- корректировку неправильной информации;
- приобретение новой информации.

2. Этапы делового общения

Независимо от конечных целей делового общения оно проходит несколько базовых этапов, каждый из которых влияет на процесс коммуникации:

- установление контактов;
- обсуждение вопроса, проблемы;
- принятия решения, достижение цели;
- выход из контакта.

Установление контакта - ответственный и сложный по своей структуре этап общения: следует показать свою открытость для общения, что достигается не только вербальной (словами), но и невербальной коммуникацией (мимика, жесты, поза). Создание

доброжелательной обстановки, внимательное отношение к подчиненному, соблюдение этикетных норм позволяют руководителю решать задачи, стоящие перед учреждением.

Обсуждение проблемы является главным этапом делового общения, для его применения имеет важное значение, владение риторическими приемами, тактикой аргументации.

Принятие решения - это заключительная часть делового общения. Снятие противоречий и общее согласие достигается успешностью всех этапов делового общения. Но иногда предмет коммуникации бывает сложным, и в первом обсуждении не удастся прийти к согласию. В таких случаях целесообразно продолжить обсуждение противоречий в другой раз и не торопиться с согласованием.

Последним этапом делового общения является **выход из контакта**. При окончании делового общения высказываются надежды на дальнейшее сотрудничество и будущие встречи, выражается благодарность.

3. Виды делового общения

При деловом общении реализуются многие функции языка: информационная - процесс обмена информацией; фатическая - установление контакта между людьми; волюнтаривная - воздействие, согласование, делегирование полномочий; призывная - побуждение, просьба; конативная - усвоение, понимание, знание этикета; когнитивная - познавательная функция; эмотивная - непосредственное выражение чувств, эмоций.

Разные функции языка, реализующиеся при деловом общении, позволяют говорить о разных видах делового общения:

Разновидности делового общения

Познавательное
(когнитивное)

Убеждающее
(рациональное)

Экспрессивное
(эмоциональное)

Суггестивное
(внушающее)

Деловая коммуникация представлена двумя видами речевой деятельности: устной и письменной.



В основе деловой коммуникации – речь в устной или письменной форме. Под деловой речью подразумевается исторически сложившаяся форма национального языка, обладающая определенным лексическим (словарным) фондом, упорядоченной грамматической структурой и развитым стилем.

Составляющие устной и письменной форм ДК

Разновидностями устной деловой коммуникации являются:

- деловая беседа (беседа при личной встрече, беседа по телефону, беседа по скайпу);
- деловые переговоры;
- интервью;
- публичное выступление;
- речь-презентация;

Письменные формы речи представлены в таких видах речетворчества:

- служебная переписка;
- документы разных видов и жанров;
- печатные СМИ деловой направленности, деловая пресса.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

- 1) Расскажите о видах делового общения.
- 2) Что такое иерархическая структура деловой коммуникации.
- 3) Как субординация влияет на деловую коммуникацию

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

**КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

1. Учебная дисциплина. **Деловой русский язык в сфере профессиональной коммуникации**

2. Тема практического (семинарского) занятия. **1.2. Основные коммуникативные техники**

3. Цели занятия: раскрыть сущность коммуникативных стратегий и коммуникативных тактик.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Коммуникативные стратегии и коммуникативные тактики. Слушать и слышать: сравнение и анализ. Нереплексивное слушание. Эмпатическое слушание. Реплексивное (активное) слушание.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Ситуации, в которых реплексивное слушание эффективно. Ситуации, в которых реплексивного слушания недостаточно. Структура техник активного слушания.	Опрос, оценка знаний студентов
3	Техника постановки вопросов. Типология вопросов и их характеристика. Техника аргументации. Активное видение. Контроль обратной связи по невербальным каналам.	Опрос, оценка знаний студентов
4	Техники директивного общения. Приемы директивного реагирования.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

1. Коммуникативные стратегии и коммуникативные тактики.
2. Нереплексивное слушание. Эмпатическое слушание. Реплексивное (активное) слушание.
3. Ситуации, в которых реплексивное слушание эффективно.
4. Ситуации, в которых реплексивного слушания недостаточно.
5. Приемы директивного реагирования.

Практические задания:

1. Проанализируйте предложенный текст официально-делового стиля. Определите жанр документа.
2. Проанализируйте текст с точки зрения его стиливых примет: лексических, морфологических и синтаксических особенностей.
3. Найдите и выпишите из текста канцеляризмы.

Доводим до Вашего сведения, что вчера после полуночи над районным центром – городом Нижний Ломов и прилегающей к нему сельской местностью пронеслась сильная гроза, продолжавшаяся около получаса. Скорость ветра достигала 30-35 метров в секунду. Причинён значительный материальный ущерб жителям деревень Ивановка, Щепилово и Вязники, исчисляемый, по предварительным данным, в сотни тысяч рублей. Имели место пожары, возникшие вследствие удара молнии. Сильно пострадало здание восьмилетней школы в деревне Курково, для его восстановления понадобится капитальный ремонт. Вышедшая из берегов в результате проливного дождя река Вад затопила значительную площадь. Человеческих жертв нет. Образована специальная комиссия для выяснения размеров причинённого стихийным бедствием ущерба и оказания помощи пострадавшему местному населению. О принятых мерах будет незамедлительно доложено.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 1

1. Текстовые нормы делового письма.
2. Классификации деловых писем.
3. Коммерческие письма.
4. Композиция коммерческого письма.
5. Виды коммерческих писем.
6. Сопроводительное письмо.
7. Рекомендательное письмо

Перечень тем докладов к Разделу 1:

1. Сущность понятия «интернет-общение».
2. Сущность понятия «интернет-дискуссия».
3. Основные правила ведения интернет-дискуссии.
4. Специфические особенности виртуального общения. Виртуальное и реальное общение.
5. Средства технического обеспечения виртуального общения.
6. Подготовка к виртуальной конференции. Предварительная работа с интернет-сайтами.
7. Официально-деловая документация в сфере пенсионного обеспечения и соцзащиты населения.
8. Основные критерии отбора языковых средств при составлении официально-делового документа.
9. Определение делового совещания. Виды и особенности деловых совещаний.
10. Требования, предъявляемые к проведению делового совещания.
11. Виды деловых переговоров.
12. Основные правила делового разговора по телефону.
13. Особенности современных деловых совещаний.
14. Подготовка к деловым переговорам, сбор материала.
15. Формы повышения эффективности коммуникации в устном и письменном общении.

Тестовые задания:

1. Чему следует уделить особое внимание при подготовке к деловому общению?

- а) внешнему виду;
- б) психологическому состоянию собеседника;

- в) времени проведения разговора;
- г) началу разговора

2. В деятельности какого работника консультирование играет особую роль?

- а) врача;
- б) нотариуса;
- в) юрисконсульта;
- г) филолога

3. Кем из философов античности был предложен метод «накопления согласий»?

- а) Сократом;
- б) Аристотелем;
- в) Гераклитом;
- г) Демосфеном

4. Что представляет собой приём «психологического поглаживания»?

- а) согласие с клиентом во всём;
- б) демонстрация абсолютного доверия партнёру по общению;
- в) признание юристом положительных моментов в поведении и личности партнёра по беседе

1. Учебная дисциплина. **Деловой русский язык в сфере профессиональной коммуникации**

2. Тема практического (семинарского) занятия. **Способы классификации документов и правила их оформления**

3. Цели занятия: сформировать представление о деловой документации, типологии и особенностях текстовых норм

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Способы классификации документов. Текстовые нормы и правила оформления документов. Документ и его составляющие (реквизиты).	Опрос, оценка знаний студентов
2	Приемы унификации языка служебных документов. Интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи. Виды документов.	Опрос, оценка знаний студентов
3	Язык и стиль распорядительных документов. Язык и стиль коммерческой корреспонденции.	Опрос, оценка знаний студентов
4	Язык и стиль инструктивно-методических документов. Правила оформления документов.	Опрос, оценка знаний студентов

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Вопросы к обсуждению:

- 1. Текстовые нормы делового письма.
- 2. Классификации деловых писем.
- 3. Виды коммерческих писем.

4. Сопроводительное и рекомендательное письмо.
5. Способы классификации документов и правила их оформления.
6. Особенности резюме при устройстве на работу.
7. Виды инициативных резюме.

Практические задания:

1. Найдите в предложениях лексические ошибки, исправьте их и запишите предложения в отредактированном виде

1. Предприятие оплачивает Автоцентру стоимость запасных частей по действующим прейскурантам.
2. Выделить дотацию на автобусные поездки для льготной категории граждан на дачный период (с 10 мая по 12 сентября 1997 г.).
3. Показателем, характеризующим квалификацию служащего, является способность адаптироваться к новой ситуации и принимать новые подходы к решению возникающих проблем.
4. Прошу вас выслать нам для ознакомления действующие расценки на приобретение оборудования ЭАТС "Квант" емкостью 240 и 480 номеров и ориентировочную стоимость рабочей версии программного обеспечения для приведенных выше емкостей.
5. Наша цель — создание экономической базы для повышения уровня эксплуатации и ремонта жилищного фонда города.
6. Цены на товары договорные в соответствии с действующим прейскурантом цен.
7. Договор на охрану ВС подразумевает персональную охрану ВС независимо от места расположения самолета на территории аэродрома.

2. Отредактируйте предложения, устранив речевую избыточность

1. Мы интересуемся, можете ли Вы назвать нам адрес другого поставщика, или, в случае невозможности, сможете ли Вы проинформировать о Вашей возможности поставить нам напрямую. 2. Надеемся на дальнейшее совместное сотрудничество с Вашей фирмой. 3. Для принятия жизненно важного решения для наших с Вами работников предлагаем организовать встречу на уровне руководителей. 4. Оптовые торговцы должны создавать хорошие деловые отношения с руководством рынка, чтобы обеспечить успешную работу рынка оптовой торговли. 5. Решили: произвести поэтапное оформление земельных отводов с оформлением права собственности. 6. Если в Вашем регионе спрос на Вашу продукцию удовлетворен и Вы ищете новые возможности на новых рынках, то мы готовы Вам помочь организовать сбыт Вашей продукции в нашей сбытовой сети.

3. Воспроизведите устойчивые словосочетания по главному члену — глаголу: например, вносить (что?) предложение, вопрос, кандидатуру

решать — ... оказать — ... разрешать —... рассмотреть —... предъявлять —... удостоить —... достигать —... выставить — ..., предоставлять —..., заключить... представлять — ..., достичь ... погашать — ... принять —... оплатить —... расторгнуть — ... возложить —....

4. Подвергните предложения стилистической правке, заменив разговорно-жаргонную лексику книжной

1. Приемка продукции по качеству и количеству осуществляется на основании Инструкций Госарбитража. 2. Перевести переоборудование заправщиков для

транспортировки ГСМ на вновь создаваемые станции. 3. Налоги с каждой автомашины взимаются с учетом суммы растаможки. 4. За несвоевременную выплату неустойки стороны уплачивают штрафные санкции в размере 1% от невозвращенной суммы за каждый день просрочки. 5. Специалист обязуется произвести работы по наладке и подгонке оборудования. 6. Покупатель уплачивает Продавцу штраф за растяжку платежей в размере 2% от стоимости товара за каждый день. 7. Сообщаем, что оплачивать торговую наценку в размере 25% мы не будем, так как договор с Роскнигой подписан нами не был.

Для справки: заправщик (проф.) — передвижная заправочная станция.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 2.

1. Текстовые нормы делового письма.
2. Классификации деловых писем.
3. Коммерческие письма.
4. Композиция коммерческого письма.
5. Виды коммерческих писем.
6. Сопроводительное письмо.
7. Рекомендательное письмо

Перечень тем докладов к Разделу 2:

1. Подготовка к виртуальной конференции. Предварительная работа с интернет-сайтами.
2. Официально-деловая документация в сфере пенсионного обеспечения и соцзащиты населения.
3. Основные критерии отбора языковых средств при составлении официально-делового документа.
4. Определение делового совещания. Виды и особенности деловых совещаний.
5. Требования, предъявляемые к проведению делового совещания.

1. Учебная дисциплина. **Деловой русский язык в сфере профессиональной коммуникации**

2. Тема практического (семинарского) занятия. **Основные виды делового общения**
3. Цели занятия: раскрыть цели и задачи делового общения.
4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Цели и этапы делового общения. Виды делового общения. Иерархическая структура деловой коммуникации.	Опрос, оценка знаний студентов
2	Социально-ролевая характеристика участников коммуникации. Статусная роль, ситуативная роль, стилевые характеристики.	Опрос, оценка знаний студентов
3	Коммуникативные позиции (открытая, закрытая, отстраненная). Позиционирование как результат интеракции инстанций: позиция лидер, оппонент, пропонент.	Опрос, оценка знаний студентов
4	Основные жанры устного делового общения. Виды вопросов в устном общении. Эффективные речевые техники на примере жанра интервью.	Опрос, оценка знаний студентов

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)

1. Тема практического (семинарского) занятия.

Вопросы к обсуждению:

1. Основные виды делового общения.
2. Этика делового общения.
3. Деловая беседа.
4. Деловые переговоры.
5. Правила общения в социальных сетях.
6. Структура делового телефонного разговора.
7. Общепринятые правила телефонного разговора.
8. Собеседование при приеме на работу.
9. Реклама в профессиональной сфере общения
10. Деловое совещание.
11. Искусство спора. Правила ведения спора и дискуссии.
12. Способы повышения эффективности делового общения в устной и письменной речи.

Практические задания:

1. Найдите случаи нарушения лексической сочетаемости в устойчивых словосочетаниях и исправьте их:

Играть роль, играть значение; решить проблему, разрешить ситуацию, разрешить вопрос, решить задачу; представлять интересы, представлять фирму, представлять итоги; рассмотреть вопрос, рассмотреть дело, рассмотреть случай; погашать кредит, погашать задолженность, погашать ссуду; внести предложение, внести вопрос, внести резолюцию; соблюдать правила, соблюдать бюджет, соблюдать законы; возместить ущерб, возместить кредит, возместить предмет аренды.

2. Поясните разницу в лексическом значении синонимов, пользуясь толковыми словарями.

Меценат, спонсор, покровитель; комиссионер, посредник, брокер, маклер; договор, соглашение, контракт; реестр, список, опись, перечень; концерн, холдинг, корпорация;

менеджер, управленец, хозяйственный руководитель; реализатор, распространитель, дистрибьютор; вексель, чек, облигация, акция.

3. Раскройте скобки и выберите правильное слово из паронимов

1. Вы уже знакомы с качеством услуг, которые мы (представляем — предоставляем). 2. Прошу (оплатить — заплатить) мне расходы по командировке. 3. Фирма строит печи с (гарантийной — гарантированной) теплоотдачей. 4. (Командированные — командировочные) должны зарегистрировать свои документы. 5. Совет директоров потребовал (гарантийных —

гарантированных) обязательств от клиентов-неплательщиков. 6. Необходимо вести хозяйствование (экономными — экономичными — экономическими) методами.

Найдите термины — эквиваленты приведенным ниже словам с разговорной стилистической окраской и составьте с ними предложения

Неучтенка, страховка, расброска (товара), нал, безнал, накрутка, бегунок.

4. Указать стилистическую принадлежность слов, входящих в приведенные ниже отрывки

Договор №23

I. Научно-техническое предприятие "Глория", именуемое в дальнейшем "Поставщик", в лице директора Синопальникова Всеволода Дмитриевича, действующего на основании устава, с одной стороны, и Открытое акционерное общество "Восток", именуемое в дальнейшем "Покупатель", в лице директора Земства Геннадия Андреевича, действующего на основании устава, с другой стороны, заключили настоящий договор.

1. Предмет договора

1.1. Поставщик обязуется поставить продукцию, именуемую в дальнейшем "Продукция", а Покупатель принять и оплатить поставляемую Продукцию.

1.2. Объем партии Продукции, ее цена, сроки и условия поставки и оплаты оговариваются дополнительно в листах согласования, прилагаемых к настоящему договору и являющихся его неотъемлемой частью.

II. Деловое письмо.

Уважаемый Александр Васильевич!

В целях выполнения распоряжения главы администрации Самарской области от 30.12.94 г. № 722 "О зачете международному акционерному обществу "Производственное объединение "Самвен" задолженности по кредитам из областного бюджета " Управление образования передало список учебников, необходимых для школ области, с просьбой в случае невозможности передачи указанных учебников сообщить перечень учебно-методической литературы и учебников, которыми располагает "Самвен" для погашения задолженности.

Вопросы для самостоятельной работы к Разделу 3

4. Деловой телефонный разговор.
5. Структура делового телефонного разговора.
6. Общепринятые правила телефонного разговора.
7. Организация делового телефонного разговора с работодателем.
8. Принцип кооперации Грайса.
9. Принцип вежливости Дж.Лича.

Перечень тем докладов к Разделу 3:

1. Требования, предъявляемые к проведению делового совещания.
2. Виды деловых переговоров.
3. Основные правила делового разговора по телефону.
4. Особенности современных деловых совещаний.
5. Подготовка к деловым переговорам, сбор материала.
6. Формы повышения эффективности коммуникации в устном и письменном общении.

Тестовые задания к разделу 3

1. Что такое совещание?

- а) форма организованного, целенаправленного взаимодействия руководителя с коллективом посредством обмена мнениями;
- б) собеседование руководителей подразделений с целью решения организационных вопросов;
- в) произвольный обмен мнениями между работниками предприятия

2. Что такое сегрегативные совещания?

- а) разновидность диктаторских совещаний, где главную роль играет руководитель;
- б) обсуждение доклада лицами, назначенными руководителем;
- в) свободный обмен мнениями и выработка всеобщего решения

3. С какой целью проводится проблемное совещание?

- а) с целью получения информации снизу вверх о положении в организации;
- б) с целью доведения до подчинённых распоряжений вышестоящих органов для их оперативного исполнения;
- в) с целью нахождения оптимального решения обсуждаемых вопросов

4. Назовите оптимальное время проведения совещания:

- а) 30 минут;
- б) 3 часа;
- в) 1, 5 часа;
- г) 40 минут

5. Как называется методика проведения совещания, когда руководитель группы ставит проблему, а участники предлагают её решения до тех пор, пока их творческий потенциал не истощится?

- а) методика номинальной группы;
- б) мозговой штурм (брейнсторминг);
- в) методика ответов по кругу

6. По какому основанию выделяются партнёрские, конкурентные и конфронтационные переговоры?

- а) по цели;
- б) по сфере деятельности;
- в) по характеру взаимоотношений между сторонами

7. Что такое деловая беседа?

- а) разговор (обычно продолжительный), обмен мнениями;
- б) интервью;
- в) собеседование на политические, научные и т.п. темы, рассчитанные на обмен мнениями между присутствующими;
- г) межличностное речевое общение, предполагающее обмен взглядами, точками зрения, информацией, направленное на решение той или иной проблемы.

8. Как называют деловые беседы, связанные с приёмом на работу, увольнением с работы, перемещением по должности?

- а) кадровые;
- б) творческие;
- в) дисциплинарные;
- г) организационные

9. Что является важнейшей особенностью проблемной беседы?

- а) разговор с клиентами, которые приходят для решения своих личных проблем;
- б) ориентация на выработку общей концепции работы организации;
- в) глубокий и всесторонний анализ конфликта

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Особенности современной профессиональной коммуникации

Тема 1.1. Функции и задачи профессионального общения.

Схема 1.

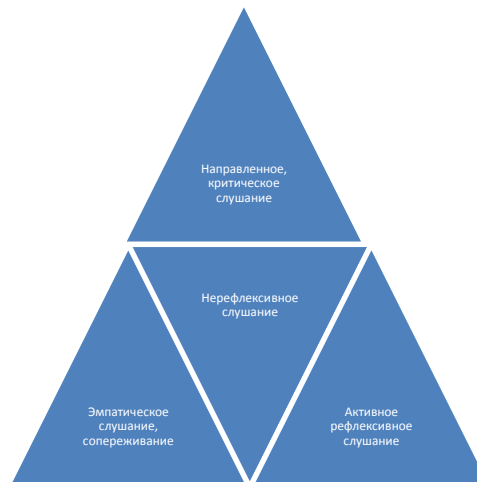


Схема 2.

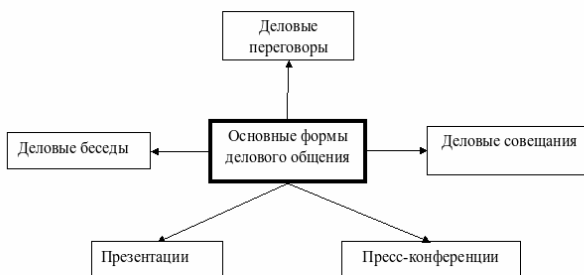


Схема 3.

Модель коммуникации Гарольда Д. Лассуэлла (1948 г.)



Схема 4.

ПОНЯТИЕ И ФУНКЦИИ КОММУНИКАЦИИ

В самом общем виде, *коммуникация* – это обмен информацией между людьми, посредством использования общей системы символов (знаков).

Слово коммуникация происходит от латинского “communis”, что означает «общество», «община», «общий» и родственно таким словам, как «коммуна», «коммунальный». Коммуникация или общение – это процесс достижения общего понимания.



Схема 5.



Тема 1.2. Основные коммуникативные техники
 Схема 1.

Средства коммуникационной техники

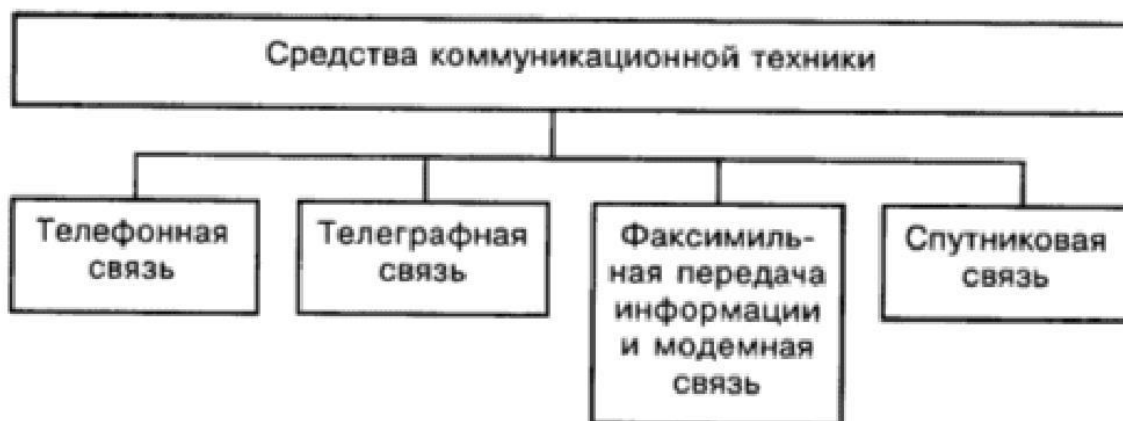


Схема 2.

Виды коммуникаций:

№	Классификатор	Виды
1	По субъекту и средствам коммуникаций	Межличностные, внутриличностные; с помощью технических средств, информационных технологий.
2	По форме общения	Вербальные, невербальные.
3	По организационному признаку	Вертикальные, горизонтальные, диагональные.
4	По каналам общения	Формальные, неформальные.
5	По направленности общения	Нисходящие, восходящие.
6	По способам установления и поддержания контакта	Непосредственные, опосредованные (реклама, посредники и т.д.)

Тема 1.3. Языковые особенности официально-делового стиля

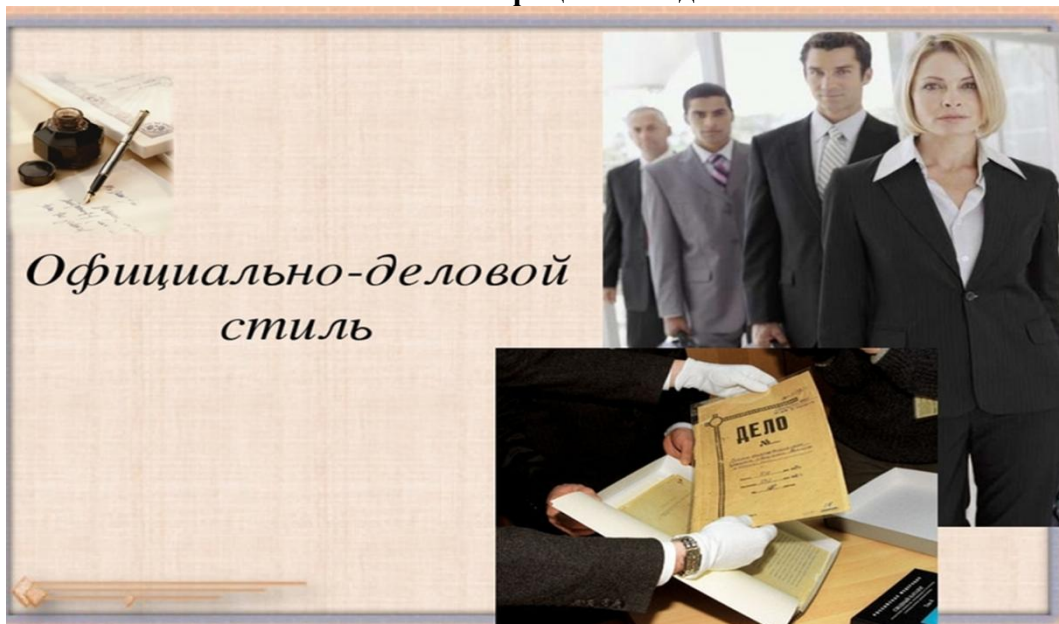
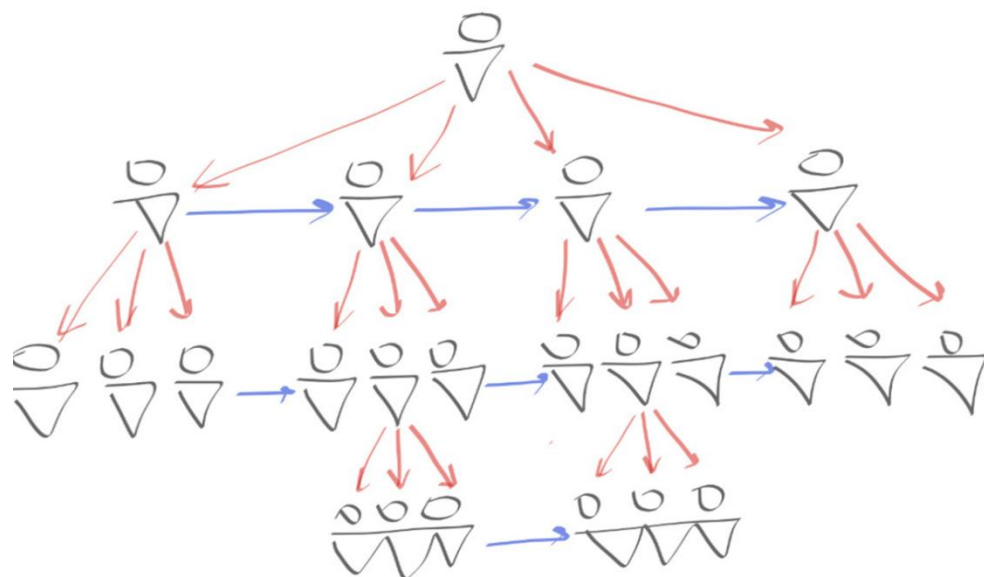


Схема. Структура организации и виды субординации



РАЗДЕЛ 2. Служебная и личная документация

Тема 2.1. Служебная и личная документация.

Композиционные особенности служебных документов. Форма документа

Композиционные особенности служебных документов определяются их формой, являющейся совокупностью элементов оформления и содержания, в которой закрепляются:

- 1. Состав обязательных элементов оформления документа, обеспечивающий его юридическую и практическую полноценность.
- 2. Логическая схема документа, т.е. такое взаимное расположение его частей, которое дает наибольшее удобство в работе с документом.



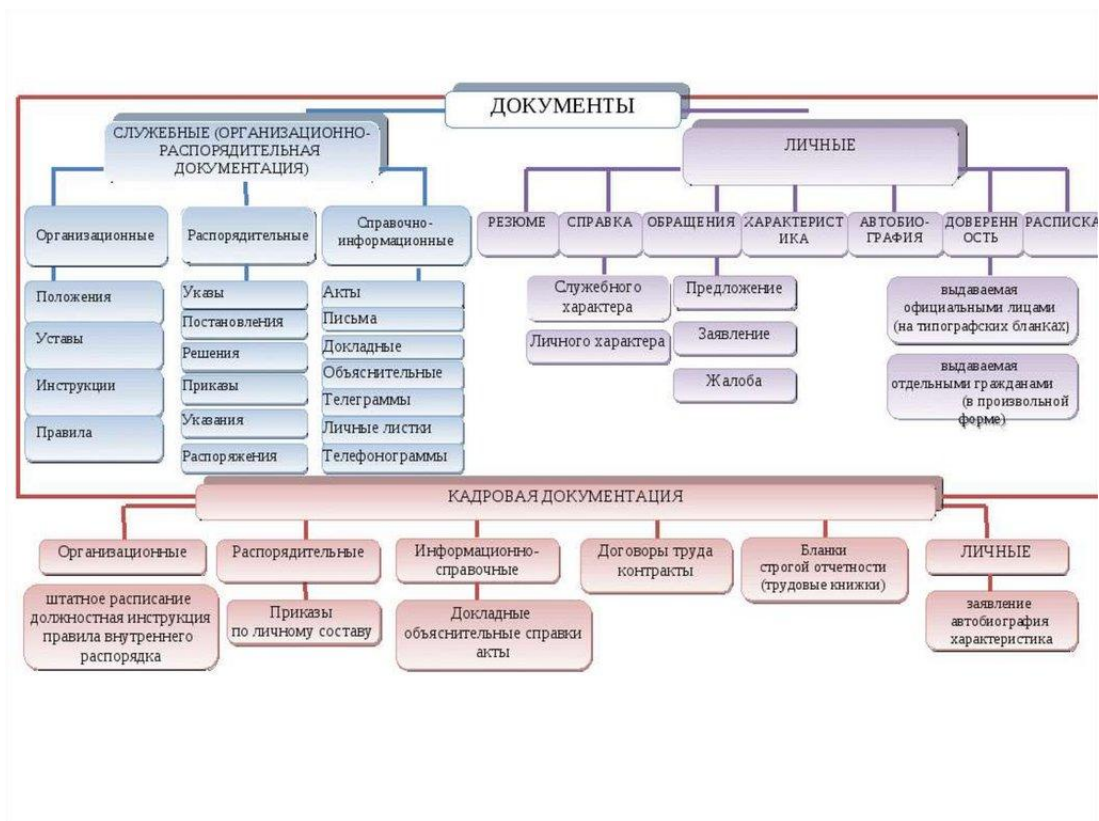


Схема 3.

По видам деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • организационно-распорядительные • по финансово-расчетным операциям • по бухгалтерскому учету и др.
По происхождению	<ul style="list-style-type: none"> • официальные • личные
По месту составления	<ul style="list-style-type: none"> • внутренние • внешние
По содержанию	<ul style="list-style-type: none"> • простые • сложные
По форме	<ul style="list-style-type: none"> • индивидуальные • трафаретные • типовые
По срокам исполнения	<ul style="list-style-type: none"> • срочные • несрочные
По средствам фиксации	<ul style="list-style-type: none"> • письменные • графические • фото- и кинодокументы
По назначению	<ul style="list-style-type: none"> • подлинники • копии • выписки • дубликаты
По степени гласности	<ul style="list-style-type: none"> • обычные • секретные • для служебного пользования
По юридической силе	<ul style="list-style-type: none"> • подлинные: действительные и недействительные • подложные

Тема 2.2. Функция письма в деловой коммуникации

+ 4 принципа эффективной письменной коммуникации

Актуальность

- захват внимания (перевести из сухого текста в эмоциональный/ эмоционально-заряженные слова, высокая энергетика)

Лаконичность

- краткость, без воды,

Ясность

- намерения и изложения. Доступность и легкость для восприятия

Убедительность

- логичность структуры и изложения (чтобы вызвать интерес и доверие)

ВИДЫ ДЕЛОВЫХ ПИСЕМ

Вид письма	Функция
Рекламное письмо	Содержит коммерческое предложение (описание товаров и услуг, выгоды от их приобретения), в нем приводится информация о том, как это можно сделать
Письмо-запрос	Представляет собой просьбу сформулировать коммерческое предложение, то есть предоставить информацию о характере, стоимости, условиях предоставления товара или услуги
Информационное письмо	Содержит в себе сообщение о том, что какое-то событие имело место
Сопроводительное письмо	Составляется при отправке адресату документов или материальных ценностей. Обязательно содержит подробное их описание
Письмо-подтверждение	Сообщает о получении документов или материальных ценностей (с обязательным указанием количества и прочих характеристик)
Письмо-напоминание	Отправляется в том случае, если противоположная сторона не выполняет взятых на себя обязательств. Может также содержать указание на меры, которые будут приняты, если обязательства не будут выполнены в будущем

РАЗДЕЛ 3. Деловое общение

Тема 3.1. Основные виды делового общения.

Схема 1.

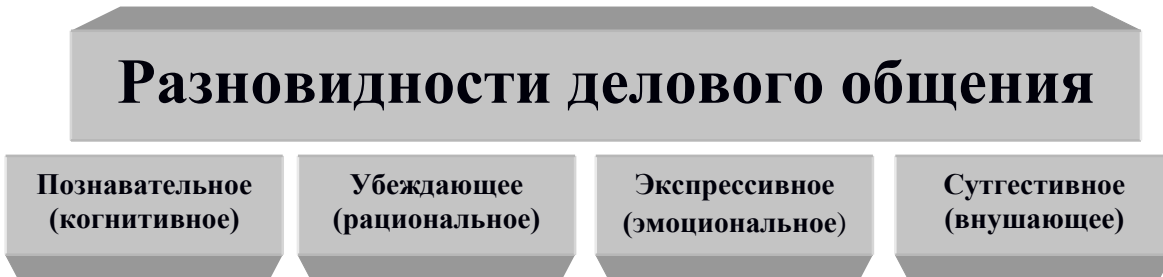


Схема 2.



Тема 3.2. Этика делового общения.

Схема 1.

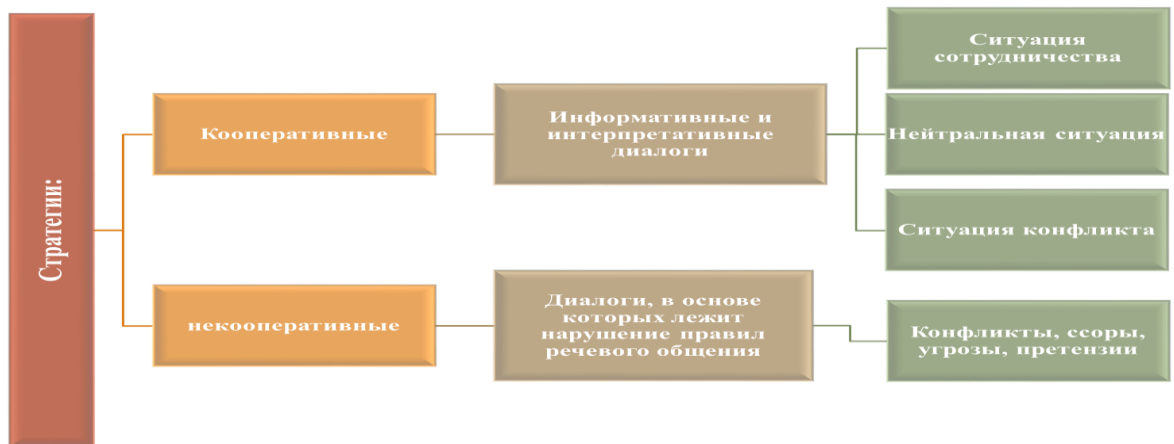


Принципы этики

Основные принципы этики делового общения:

- ▣ Пунктуальность
- ▣ Конфиденциальность
- ▣ Любезность
- ▣ Доброжелательность
- ▣ Приветливость
- ▣ Внимание к окружающим
- ▣ Внешний облик
- ▣ Грамотность

Схема 2.



Тема 3.3. Переговорный процесс: сущность и технологии
Схема 1.

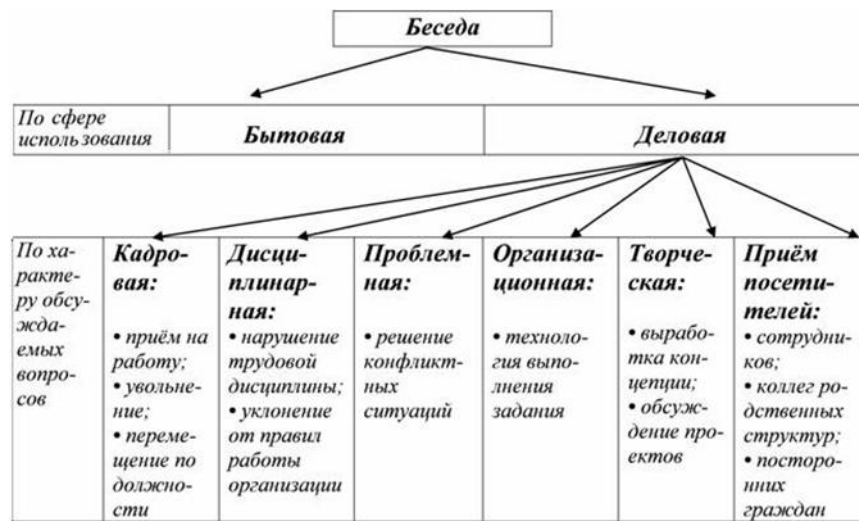


Рис.2



ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ


№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждены и введены в действие решением кафедры русского языка и литературы на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки – магистратура 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 11.08.2020 г. N 939	Протокол заседания кафедры № 7 от «27» апреля 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «___» _____ 20__ года	—:—:—
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «___» _____ 20__ года	—:—:—
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «___» _____ 20__ года	—:—:—



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

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

 / К.К. Поздняков
«27» апреля 2023 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И
ТУРИЗМА**

**Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»**

**Направленность
«Государственное регулирование в сфере туризма»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
МАГИСТРАТУРЫ**

**Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная**

Москва 2023

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Сетевые формы организации индустрии гостеприимства и туризма» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017г № 556, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Крюковой Е.М.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры Сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства
(наименование кафедры)

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
канд.геогр.наук, доцент



В.Ш. Хетагурова

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Директор

ООО «Спутник», Москва



А.В. Горбачевская

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Д-р экон. наук, проф.,

Руководитель центра научных исследований и технического регулирования в сфере услуг, АО «Институт региональных экономических исследований (ИРЭИ)», Москва



Т.И. Зворыкина

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	15
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	24
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	24
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	24
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	25
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	27
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	27
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	57
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	57
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	69
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	69
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	74

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 внутрисубъектной 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 включает 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. Сетевые формы организации в современном бизнесе	
Тема 1.1. Основные подходы и эволюция сетевой концепции в теории менеджмента	Интеграционные процессы в современной экономике. Понятие квазиинтеграции. Феномен сетей в условиях современных рынков. Комплементарность ресурсов и компетенций. Проблема доверия и надежности в сетевом партнерстве. Преимущества и недостатки сетевых структур по сравнению с другими альтернативами. Базовые понятия теории сетей. Социальные сети. Инструментарий теории графов. Эволюция сетевой концепции в теории менеджмента.
Тема 1.2. Типология сетевых форм организации	Межфирменные и внутрифирменные сети. Различные подходы к классификации сетей. Типология сетей Майлза-Сноу, Акрола, Грандори-Соды, Хинтерхюбера-Левина. Критерии Зюдова-Виланда и основные характеристики межфирменной сети. Типы межфирменных сетевых структур. Разнообразие сетевых форм организации в сфере услуг. Группы стейкхолдеров и их взаимодействие. Место гостиничных сетей, сетей ресторанов, межфирменных стратегических альянсов, цепочек создания ценности в современной индустрии гостеприимства и туризма.
Раздел 2. Сети в гостеприимстве и туризме	
Тема 2.1. Гостиничные сети	Понятие гостиничной сети: базовое определение, ключевые взаимосвязи, закономерности возникновения. Особенности гостиничной отрасли и гостиничного продукта, способствующие развитию сетевых форм организации.

	История создания и развития гостиничных сетей. Российские и международные гостиничные сети: специфика организации, базовые бизнес-модели и стратегии развития. Особенности становления сетевого гостиничного бизнеса в России.
Тема 2.2. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе	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.
Раздел 3. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций	
Тема 3.1. Туристско-рекреационные кластеры	Определение туристической дестинации. Группы стейкхолдеров, оказывающие влияние на привлекательность туристической дестинации. Кластер как межорганизационная сеть. Взаимосвязь степени развития кластеров и конкурентоспособности региона по М.Портеру. Влияние кластерной политики на конкурентоспособность туристических дестинаций: анализ зарубежного опыта. Проблемы развития туристско-рекреационных кластеров в России.
Тема 3.2. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в экономике впечатлений	Маркетинг партнерских отношений. Совместное создание ценности. Интеграция процесса спроса и предложения на современных рынках. Управление цепочкой поставок и цепочкой спроса: объединенная концепция. Ко-брендинговые альянсы компаний разных секторов индустрии гостеприимства и туризма. Развитие систем взаимодействия с клиентами (CRM). Программы лояльности. Роль социальных сетей в развитии брендов. Аффилированный маркетинг. Онлайн партнерства в индустрии гостеприимства.

1.2. 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 степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательные-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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством 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 ставится 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. Сетевые формы организации в современном бизнесе

Тема 1.1. Основные подходы и эволюция сетевой концепции в теории менеджмента

Вопросы для самоподготовки:

1. Приведите пример сетевого взаимодействия в туристической индустрии. Какой тип сетевого взаимодействия используется в примере?
2. Какое определение стратегического альянса Вы считаете предпочтительным? Почему?
3. В чем отличие между вертикальной и горизонтальной интеграцией предприятий?
4. Какие существуют источники снижения транзакционных издержек за счет сетевого межфирменного взаимодействия в гостиничном бизнесе?
5. Какие существуют источники повышения качества услуг за счет сетевого межфирменного взаимодействия в гостиничном бизнесе?

Тема 1.2. Типология сетевых форм организации

Вопросы для самоподготовки:

1. Каковы причины возникновения сетей в сфере услуг?
2. Совокупность каких характеристик определяет внутрифирменную сеть? межфирменную сеть?
3. Раскройте понятие "внутренние сети предприятия"
4. Каковы преимущества и недостатки сетевых структур в сфере услуг по сравнению с другими альтернативами?
5. По каким признакам можно выстроить типологию межфирменных сетей?

Раздел 2. Сети в гостеприимстве и туризме

Тема 2.1. Гостиничные сети

Вопросы для самоподготовки:

1. За счет каких факторов формируется и развивается доверие между предприятиями?
2. В чем заключаются конкурентные преимущества сетей в туристическом бизнесе?
3. Приведите пример комплементарности ресурсов и компетенций компаний в гостиничном/ресторанном/туристическом бизнесе.
4. Перечислите элементы гостиничных сетей и их взаимосвязи.
5. Какие стратегии развития гостиничных сетей можно назвать? В чем их особенности?

Тема 2.2. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе

Вопросы для самоподготовки:

1. Существует ли единая классификация предприятий общественного питания
2. Каковы особенности полносервисных ресторанов, их характеристика
3. Назовите специализированные рестораны, их виды
4. Что представляет собой концепция ресторана
5. Определите основные факторы, определяющие возможность эффективной работы ресторана
6. Особенности оценки и формирования спроса на услуги ресторанного бизнеса

Раздел 3. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций

Тема 3.1. Туристско-рекреационные кластеры

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем заключается сетевая стратегия гостиничного бизнеса?
2. Приведите пример деятельности франчайзинговой сети в России. В чем ее преимущества и недостатки?
3. Охарактеризуйте использование различных видов транспорта в международном и внутреннем туризме в РФ
4. Охарактеризуйте основные особенности известных Вам форм сотрудничества авиакомпаний и турфирм.
5. Дайте определение туристической дестинации. Перечислите основные группы стейкхолдеров, деятельность которых влияет на привлекательность туристической дестинации

Тема 3.2. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в экономике впечатлений

Вопросы для самоподготовки:

1. Приведите примеры инноваций в маркетинговых коммуникациях
2. Приведите примеры маркетинга партнерских отношений в системе формирования бренда
3. Приведите примеры Ко-брендинговых альянсов индустрии туризма
4. Раскройте виды эффектов от интеграции и создания партнерских отношений
5. Каковы риски партнерских отношений

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

Раздел 1. Сетевые формы организации в современном бизнесе

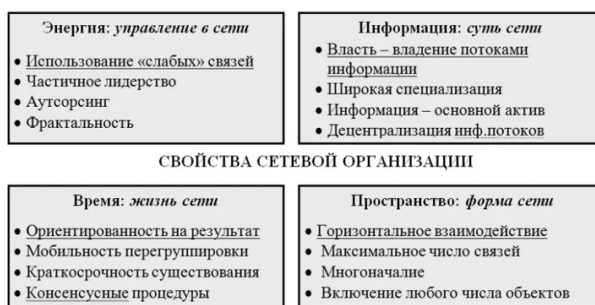
Тема 1.1. Основные подходы и эволюция сетевой концепции в теории менеджмента

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Тема 1.2. Типология сетевых форм организации

Иллюстрации:



<https://studref.com/htm/img/13/9620/5.png>

Раздел 2. Сети в гостеприимстве и туризме

Тема 2.1. Гостиничные сети

Иллюстрации:

Крупнейшие сети отелей в мире

Бренды, отели, номерной фонд, финансовый результат



<https://cdn.forbes.ru/sites/default/files/users/user12852/networks2.jpg>

Тема 2.2. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе

Иллюстрации:

Таблица 1 - Классификация сетевых структур в ресторанном бизнесе

Классификационный признак	Разновидность сетевых предпринимательских структур в ресторанном бизнесе
Количество субъектов хозяйствования	Малые сети предприятий общественного питания (до десяти предпринимательских единиц); Средние сети предприятий общественного питания (десять – двадцать предпринимательских единиц); Крупные сети предприятий общественного питания (свыше двадцати предпринимательских единиц)
Территориальное размещение/география распространения	Локальные; региональные; межрегиональные; национальные; межнациональные; глобальные сети;
Время основания	XIX век, XX век, 20 – е гг., 30-е гг., 40-е гг....
Страна основания	США, Швейцария, Россия...
Размер фирм- участниц	Состоящие из крупных компаний; Состоящие из малых предприятий; Смешанные;
Однородность или неоднородность входящих	Гомогенные (только предприятия общественного питания); Гетерогенные (предприятия общественного питания и другие);

в состав бизнес - структур	
Степень диверсификации предлагаемых продуктов	Предложение продукта в рамках концепции одного бренда (моноформатные проекты); Предложение продукта в рамках нескольких концепций (мультиформатные предприятия);
Тип заведений, формирующих сеть	Кафе, бары, рестораны, столовые, закусочные, кофейня, кафетерий, предприятие быстрого обслуживания, буфет, магазин кулинарии и т.д.
Реализуемая товарная группа	Пицца, чизбургер, бифштексы, дары моря, шаверма...
Вид кухни	Американская, итальянская, немецкая, мексиканская...
Концепция	Концепция «монопродукта»; концепция «драйв-ин» ; концепция «рестораны фуд-корта», тематические концепции и т.д.
Метод обслуживания	Сети, на предприятиях, которых посетители обслуживаются официантами; Сети, где применимо самообслуживание; Сети, где действует смешанная схема обслуживания.
Степень полноты технологического цикла	С самостоятельным выпуском обеденной продукции, организацией его потребления и реализацией (полный цикл производства); С использованием полуфабрикатов и готовых блюд (неполный цикл производства).
Объем и характер услуг	Сети, предлагающие только питание; Сети, предоставляющие помимо услуг питания целый ряд дополнительных услуг;
Режим работы	С ограниченным графиком работы; Круглосуточные; Смешанная схема работы
Уровень мобильности	Передвижные сетевые предприятия общественного питания; Стационарные сетевые предприятия общественного питания; Смешанные сетевые предприятия общественного питания.
Тип собственности сети предприятий общественного питания	Государственная; Частная; Государственно – частные партнерства («Интурист» РФ).
Тип собственности рабочих помещений	Частная собственность (самостоятельно возводимые объекты размещения, приобретенные в собственность); Аренда; И частная, и арендованная.
Принцип подбора помещения	«Работа от концепции», «Работа от цены»
Сегмент потребителей	С низким уровнем достатка; Средним уровнем достатка; Высоким уровнем достатка.
Вид сетевой предпринимательской структуры в сфере общественного питания	Консорциум; холдинг, конгломерат; ресторанный группа; франчайзинговая сеть; ассоциация (союз), альянс; моноконцептуальные и мультиконцептуальные дивизиональные сети; смешанная форма; децентрализованная и централизованная сеть ресторанов по отношению к поставщикам.
Степень жесткости сети (как управляемой системы)	Мягкие сети (союзы), средние сети (франчайзинговые сети), жесткие (управляемые по контракту)
Условия вхождения в сеть	Полноправное членство; Ассоциированное членство (референциальные сети).
Тип управления	Опосредованное управление (например, при франчайзинге); Самостоятельное управление (управляет собственник, либо собственная управляющая) компания;

Степень интеграции	Интегрированные сети (сети из однородных ресторанных предприятий); Независимые сети (сети из независимых предприятий общественного питания на основании консорциума, референциальные сети)
---------------------------	---

Источник: <https://mognovse.ru/thg-formirovanie-i-razvitie-setevih-struktur-v-restorannom-biz-stranica-2.html>

Этап 1. Описание исследуемых ресторанных сетей в соответствии с признаками авторской классификации сетевых ресторанных структур
Этап 2. Расчет показателей финансово – хозяйственной деятельности каждой из исследуемых ресторанных сетей
Этап 3. Изображение ресторанных сетей в виде графов и расчет показателей, характеризующих их структурные свойства
Этап 4. Ранжирование по значимости показателей финансово – хозяйственной деятельности ресторанной сети и определение их весовых значений
Этап 5. Ранжирование по значимости показателей, отражающих структурные свойства ресторанной сети, и определение их весовых значений
Этап 6. Расчет средних оценок показателей результатов анализа финансово – хозяйственной деятельности ресторанных сетевых структур
Этап 7. Расчет средних оценок показателей результатов институционального анализа сетевых ресторанных структур
Этап 8. Перенесение итоговых данных в сводную таблицу
Этап 9. Построение диаграммы, отражающей конкурентные позиции исследуемых ресторанных сетей
Этап 10. Общая оценка результатов анализа, определение лидера и аут айдера исследуемого рынка

Рисунок 1 – Схема методики определения относительной конкурентоспособности сетевых ресторанных структур. Источник: <https://mognovse.ru/thg-formirovanie-i-razvitie-setevih-struktur-v-restorannom-biz-stranica-2.html>

Раздел 3. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций
Тема 3.1. Туристско-рекреационные кластеры
Иллюстрации:

СТАТИСТИКА ЗАЯВОК ВСЕРОССИЙСКОГО КОНКУРСА НА СОЗДАНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ И РАЗВИТИЕ ЭКОТУРИЗМА В РОССИИ

115 УЧАСТВУЮЩИХ В КОНКУРСЕ ЗАЯВОК
68 СУБЪЕКТОВ РФ
8 ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОКРУГОВ
58 МЛН ГА ПЛОЩАДЬ ТЕРРИТОРИИ
926 УЧАСТНИКОВ КОМАНД
239 ООПТ В РАМКАХ ПРОЕКТОВ, ИЗ НИХ: 162 – ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ, 77 – РЕГИОНАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ



<https://s3.centeragency.org/centeragency/uploads/5f0/c3e/799/artboard1copy%402x-100-1.jpg>

Тема 3.2. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в экономике впечатлений

Иллюстрации:

Общая схема использования CRM-системы для построения отношений с клиентом



<https://marketing-course.ru/marketing-vzaimootnosheniy/?ysclid=lh6unggvga686100904>

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

– консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

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 в области медицины 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. 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 насколько осознанно 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 x 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 заслушиванием 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 окончании 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.

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 лекциях или семинарских 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 подрисовочными 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.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

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.

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.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объем 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.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.

2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

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 демонстрируется 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.

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.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене 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.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20

рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
-------------------------	--

19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Сетевые формы организации в современном бизнесе

Тема 1.1. Основные подходы и эволюция сетевой концепции в теории менеджмента

3. Цели занятия.

- формирование теоретических знаний о сетевых формах организации в индустрии гостеприимства;
- получение прикладных знаний в области управления сетевыми формами организации деятельности туристских и гостиничных предприятий;
- изучение методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия за счет использования сетевых форм организации деятельности туристского и гостиничного предприятия.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Интеграционные процессы в современной экономике. Понятие квазиинтеграции.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Базовые понятия теории сетей.	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. Основные подходы и эволюция сетевой концепции в теории менеджмента

Текст лекции.

Термин «сеть» широко используется в современных общественных науках и привлекает внимание многочисленных исследователей, которые пытаются объяснить причины интенсивного роста сетевых структур с разных точек зрения. К сетям проявляют интерес в различных областях знаний об обществе — в экономике и социологии, в теории

управления и социальной психологии. Рассмотрим различные подходы к формированию сетевой концепции.

Теория социальных сетей анализирует различные формы взаимодействия между субъектами (индивидами и организациями) с точки зрения топологии связей, их устойчивости и влияния на поведение этих субъектов. Дж. Морено разработал концепцию социометрии — при построении социограмм члены группы были упорядочены в видимом пространстве, им приписывались определенные позиции, а выборы (как позитивные, так и негативные) показывались стрелками. Эта идея легла в основу широкого использования теории графов при изучении социальных сетей.

А. Бейвлас и Х. Левитт сделали важный шаг в развитии теории: они предложили понимать под сетью совокупность позиций, а не индивидов. Итоговая модель отношений между позициями, полученная ими в ходе экспериментов, выглядела как основа или тип структуры. В работах А. Бейвласа впервые появляется упоминание о централи — центральная позиция, коммуникации через которую способствуют качественному и быстрому выполнению задач, а также предложена идея о том, что связи между позициями — это потоки ресурсов.

Социологическое понятие социальной сети было включено в экономический анализ М. Грановеттером¹. Он определяет социальную сеть как объединение трех составляющих: совокупность позиций; связи (отношения); потоки ресурсов. Предложение учитывать характеристики социальных сетей при изучении экономической деятельности нашло отклик в научной среде, и в дальнейшем положения, высказанные М. Грановеттером, были развиты и отчасти переосмыслены представителями разных научных направлений.

Привлекательность сетевой концепции и соответствующий рост числа ее сторонников объясняется, прежде всего, ее широкой эмпирической применимостью, дающей выход на междисциплинарные теоретические обобщения. Так, социальные сети выступают одним из оснований формирования экономики знаний. Особое значение для эмпирических исследований имеет использование теории графов.

Еще одним подходом теории организации, который внес существенный вклад в изучение сетевого взаимодействия, является организационная экология. Особый акцент данной теории сделан на том, что существование многообразных организационных форм (как и в природе) является результатом «естественного отбора» в ходе рыночной конкуренции, и одной оптимальной организационной формы нет и быть не может — в разных условиях оптимальными будут разные формы. С точки зрения организационной экологии оптимизирующей силой выступает именно среда. Независимо от того, в какой мере отдельные организации сознательно к ней адаптируются, среда отбирает оптимальные комбинации организаций. Будет ли избранная структура пригодна — вопрос, ответ на который зависит от множества внешних сил, скорости и характера изменений, происходящих на рынке, а не только (и не столько) от менеджмента отдельной организации.

Следующей теорией, рассматривающей сетевую концепцию, является институциональная экономическая теория.

Важную роль сыграли труды О. Уильямсона, который выдвинул совокупность предпосылок формирования экономических организаций, включая идеи об ограниченной рациональности экономических агентов, о специфичности активов и оппортунистическом поведении, о наличии «провалов рынка», вызываемых оппортунизмом субъектов, преследующих свои личные интересы¹. Эти предпосылки впервые позволили изучать сравнительную экономическую эффективность разных организационных форм.

По мнению О. Уильямсона, выбор между различными организационными формами (механизм координации и контроля) — иерархией, рынком или гибридом (сетью) — происходит в результате сравнения эффективности осуществляемых этими структурами транзакций. Таким образом, в соответствии с теорией транзакционных издержек, разнообразие организационных форм возникает, прежде всего, в целях минимизации данных издержек.

Теория стратегического управления			
Уровень	Аспект	Виды	Суть
Стратегический уровень	Стратегический	Стратегическое управление и стратегическое планирование	Стратегия
Тактический уровень	Тактический	Административное управление	Тактика
Оперативный уровень	Оперативный	Административное управление	Оперативное управление

Еще один блок теорий, который необходимо отметить, говоря об изучении межфирменных взаимодействий, — это теории стратегического управления.

Как и в случае с теорией организации, не существует единой, целостной теории стратегического управления. Речь идет о совокупности разных концепций и междисциплинарной области исследований¹. Тем не менее, это именно теория, имеющая собственный предмет, который состоит в выяснении природы и механизмов создания конкурентных преимуществ организаций, обеспечивающих им присвоение экономических выгод, недоступных соперникам. Тогда изучение межорганизационной сети как механизма координации можно рассматривать в качестве одного из важных блоков в рамках данной теории.

Формирование сетевой концепции стратегического управления, следует признать одним из главных направлений развития современной парадигмы теории стратегического менеджмента.

Безусловно, сети предприятий нельзя считать новым феноменом: как хорошо известно, уже в средние века существовали разные формы взаимодействия между экономическими агентами. При известных допущениях можно сказать, что сетевой принцип взаимодействия сопровождает отношения в человеческом обществе с самых первых стадий его возникновения.

Вопросы кооперации в том или ином виде изучались и в XIX в., и в первой половине XX в. Тем не менее, волна интереса специалистов по стратегическому управлению к проблематике сетевого взаимодействия, как и в организационных науках, стала нарастать только в последние десятилетия, по мере увеличения изменений на мировых рынках. Выживание на быстро меняющихся рынках стало все сильнее зависеть от гибкости и адаптивности, что вызвало эксперименты крупных компаний по созданию «плоских» внутрифирменных структур, а также инициативы организаций самых разных размеров по созданию устойчивых коалиций, позволяющих расширить ресурсные возможности при сохранении гибкости.

Анализ внутрифирменных сетей явился одним из направлений изучения эволюции организаций, точнее — тенденций децентрализации крупных компаний. Одной из первых работ этого направления стала изданная в 1965 г. статья Дж. Форрестера, в которой он прогнозировал построение организаций вокруг «центров прибыли», напоминающих внешние бизнес- единицы своим взаимодействием на основе «рыночных» цен¹.

Катализаторами опережающего развития сетевых структур выступили такие новые черты отраслевых рынков, как обострение конкуренции, усложнение производственной и коммерческой деятельности компаний, высокая неопределенность их внешней среды, возрастание роли информации как важного ресурса, повышение значения фактора времени, рост числа предлагаемых продуктов и услуг при одновременном снижении жизненных циклов и росте темпов инноваций. Вместе с технологическими изменениями это существенно изменило соотношение уровней транзакционных издержек, возникающих при реализации разных форм координации, и «вывело из тени» сетевой способ взаимодействия.

Р. Майлз и Ч. Сноу концептуализировали сетевые структуры как стратегическое организационное решение для объединения фирм. Они предложили классификацию сетевых форм и показали, что сетевые структуры в целом и каждый из выделенных ими типов сетевых структур (внутрифирменная, динамическая, стабильная сеть) обладают сравнительными преимуществами и недостатками, что делает их предпочтительными только для конкретных условий и определенных отраслей¹.

Начало формированию сетевого подхода в маркетинге взаимоотношений было положено в середине 1970-х годов группой ученых из Европы, основавших международное сообщество IMP (Industrial Marketing and Purchasing) Group. С момента своего образования группа IMP продвигала идею о роли взаимоотношений в объяснении поведения организаций.

Первой работой группы было крупномасштабное исследование взаимоотношений в промышленных цепочках поставок в Европе. В дальнейшем представители IMP Group в целом ряде работ исследовали природу межфирменных взаимоотношений, в том числе — взаимоотношения в сетях компаний.

Исследователи поставили под сомнение традиционные взгляды в маркетинге, сместив основной акцент с операционных составляющих (отдельных функций) маркетинговой деятельности одной фирмы на построение клиентоориентированной управленческой модели. Тем самым было положено начало новой исследовательской платформе маркетинга взаимоотношений. В центре внимания концепции оказались стратегии управления поставщиками, внутрифирменный маркетинг, многообразные отношения в каналах дистрибуции, непосредственные формы и методы коммуникаций с конечным потребителем на всех без исключения (а не только на потребительских) рынках.

Ф. Вебстер рассматривает сетевые организации как «корпоративные структуры, которые являются результатом многочисленных отношений, контактов с партнерами и стратегических альянсов. Основная характеристика сети — единство, открытая и гибкая коалиция, управляемая из центра, который обладает такими ключевыми функциями как развитие и управление взаимодействиями, координация финансовых ресурсов и технологий, определение компетенций и стратегий, а также управление ими, развитие отношений с потребителями и управление информационными ресурсами, связывающими сеть».

Итак, существуют различные подходы к пониманию феномена межфирменного сетевого взаимодействия. Большинство из них отсчитывает историю своего развития с 60-х годов XX века, когда в мировой экономике начались глубинные изменения и стали появляться многочисленные эмпирические результаты, говорящие о развитии сетевых форм¹. Тем не менее, межфирменные сети заняли особое место в экономике и стали предметом пристального внимания исследователей только в последние десятилетия.

Подчеркнем, что без сетевого развития экономики невозможно формирование стратегических проектов развития важнейших хозяйственных комплексов и государственной региональной политики в целом. Следует отметить, что развитие сетевых концепций совпало с развитием институционального представления о формировании хозяйственных связей. Отсюда, институциональное представление сетевых взаимоотношений оказалось наиболее плодотворным направлением экономического анализа для подобных взаимодействий.

Источник :

https://studme.org/348010/ekonomika/ponyatie_setey?ysclid=lh7e3mfxuu843750647

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. В чем заключается роль сетей в продвижении инноваций в гостиничном и туристском бизнесе?
2. В чем отличие между вертикальной и горизонтальной интеграцией предприятий?
3. Виды инноваций в гостиничном и туристском бизнесе?
4. Дайте определение туристической дестинации. Перечислите основные группы стейкхолдеров, деятельность которых влияет на привлекательность туристической дестинации.

1. Учебная дисциплина. СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Сетевые формы организации в современном бизнесе

Тема 1.2. Типология сетевых форм организации

3. Цели занятия.

- формирование теоретических знаний о сетевых формах организации в индустрии гостеприимства;
- получение прикладных знаний в области управления сетевыми формами организации деятельности туристских и гостиничных предприятий;
- изучение методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия за счет использования сетевых форм организации деятельности туристского и гостиничного предприятия.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Типология сетей. Типы межфирменных сетевых структур.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Сетевые формы бизнеса: создания ценности в современной индустрии гостеприимства и 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. Типология сетевых форм организации

Текст лекции.

Типологизация множества существующих на практике интегрированных объединений, в том числе и сетей межфирменного взаимодействия, является необходимым процессом, так как позволяет выделить его определенный вид и разработать индивидуальные подходы к оценке его эффективности.

В настоящее время существуют различные подходы и критерии к определению типологии межфирменных сетей.

Шерешева М. Ю. для проведения классификации различных типов межфирменных сетей предложила следующую совокупность критериев: тип интеграции (вертикальная или горизонтальная); наличие или отсутствие внутренней конкуренции; наличие или отсутствие барьеров входа в сеть; размер компаний-участников; степень равноправности взаимоотношений (фокальная или полицентрическая сеть); стабильность группы; характерные задачи, преследуемые посредством кооперирования ресурсов и компетенций.

На основании данных критериев были выделены пять основных типов межфирменных сетей: стратегический альянс, динамическая фокальная сеть, цепочка (сеть) создания ценности, фокальная сеть поставок и виртуальная организация.

Под стратегическим межфирменным альянсом понимается форма горизонтальной интеграции закрытого типа, отличительным признаком которой является сотрудничество конкурентов, действующих на одной и той же ступени цепочки создания ценности и объединяющих ресурсы для решения общих стратегических задач.

Целью создания стратегического альянса является комбинирование ресурсов и ключевых компетенций, которое обеспечит улучшение позиции по сравнению с конкурентами, оставшимися за пределами сети, доступ на определенные рынки, и т. п. В результате создания стратегического альянса происходит распределение инвестиционных рисков, совместное пользование технологиями, расширение портфеля товаров и услуг за счет их соединения. Альянсу присуща высокая степень стабильности; это означает, что внутренняя конкуренция в значительной степени ограничена.

Следующий тип сетевых структур — динамическая фокальная сеть, которую часто называют также «паутина создания ценности». Такая сеть сгруппирована вокруг одной доминирующей центральной единицы, которая координирует деятельность по созданию ценности иерархическими методами. Она обеспечивает создание ценности для потребителя, комбинируя продукты и услуги компаний-партнеров. Центральная фирма (сетевой брокер) извлекает наилучшие компетенции из пула партнеров и различных цепочек создания ценности и инициирует создание специфических цепочек для выполнения определенных задач на отраслевом рынке. В такой сети существует динамичная конкуренция между партнерами, ведущими борьбу за участие в специфических цепочках (или в проектах).

В отличие от динамической фокальной сети, цепочка (сеть) создания ценности имеет долгосрочную ориентацию и состоит из партнеров, имеющих в целом равные права и обслуживающих специфические рынки или заказы клиентов. Данная сеть концентрирует свои усилия на отладке процессов и межфирменной обработке информации. Эта форма межфирменных сетевых взаимоотношений нацелена на повышение производительности, и деятельность ее участников направлена на улучшение таких показателей как сроки, снижение издержек, улучшение обслуживания, учет запросов потребителей. Именно для такого типа сетей разрабатывались так называемые «системы управления цепочками поставок» (SCM-системы), помогающие интеграции и координации процессов с опорой на такие концепции как учет запросов потребителей, поставки «точно в срок», непрерывное пополнение запасов, и т. д.

Фокальная сеть поставок демонстрирует большую схожесть с предыдущим типом, с той разницей, что в данном случае одна (как правило, крупная) компания является центральной единицей (центральной фирмой), а ее поставщики, расположенные на разных ступеньках создания ценности (поставщики первого, второго, третьего уровня), находятся в зависимом положении. Другими словами, для фокальной сети поставщиков характерно стратегическое лидерство одной центральной (фокальной) компании, имеющей прямые и не прямые связи с другими компаниями в рамках жестко сформированной вертикальной структуры. Фокальная компания старается координировать всю цепочку создания ценности, но вынуждена при этом заботиться о «калибровке» интересов партнеров, поскольку ее возможности иерархической координации имеют свои пределы. Сети такого типа зачастую постепенно «выпадают» из «чистого» типа сетей, эволюционируя в сторону интегрированных структур «классического типа»[3].

Виртуальная организация представляет собой форму интеграции, отличительным признаком которой является наличие пула компаний (как правило, мелких и средних), объединяющих ресурсы для реализации проектов, которые они не в состоянии осуществить поодиночке. Члены виртуальной организации добиваются существенного расширения границ своих возможностей за счет достижения значительного «виртуального» размера при одновременном сохранении своей гибкости, присущей небольшим компаниям. Партнеры

создают стабильную сетевую структуру, которую можно охарактеризовать именно как пул. Он способен покрывать широкий спектр компетенций, в то время как каждый его участник концентрирует усилия на отдельных ключевых компетенциях. Продукты и услуги, предоставляемые виртуальной организацией, всегда сильно ориентированы на потребителя.

В случае появления нового потребителя образуется новый проект «ad hoc» для выполнения его конкретного заказа. Возникающая при этом временная цепочка создания ценности, которую также называют «виртуальной фабрикой», является ограниченной во времени и распадается после завершения проекта. То есть, временно создаваемые из участников пула сети носят краткосрочный характер, формируются очень динамично, состав партнеров варьируется от заказа к заказу, но формирование пула носит стратегический, долгосрочный характер¹.

В виртуальную организацию могут входить как партнеры с комплементарными ресурсами, так и партнеры, предоставляющие одинаковые ресурсы и компетенции (чтобы гарантировать наличие достаточного количества мощностей). Это ведет к возникновению конкуренции между партнерами внутри пула. При этом виртуальная организация полицентрична (партнеры в основном имеют примерно равные права) и открыта (либо не слишком высокие барьеры входа все же ставятся, поскольку необходим определенный уровень надежности для достижения необходимой стабильности). В отличие от таких форм, как стратегические альянсы и фокальные сети поставщиков, виртуальные организации проявляют характерные признаки организаций саморегулирования: соответствующие полномочия делегируются «сетевому брокеру» и «сетевому тренеру».

Катенев В. И. предложил классификацию рыночных сетей, позволяющую определять основные характеристики проектируемой сети, исходя из целей ее формирования и основных характеристик.

Наличие центральной фирмы (фирмы-брокера) сети определяется целями создания сети. Если инициатором создания сети является крупная компания, которая хочет оптимизировать процесс создания потребительской ценности, то она постарается сохранить за собой основные компетенции для контроля всей цепочки создания ценности. В этом случае роль сетевого брокера будет выполнять фирма-инициатор создания сети. Если же сеть создается более мелкими фирмами, которые пытаются объединить свои компетенции для создания более привлекательного предложения своим потребителям, то, как правило, эти фирмы создают координационный совет, на который возлагается процесс координации функционирования сетевых компаний и разрешение возникающих проблем.

Следует также отметить, что виды сетей по размеру фирм-участниц зависят от степени ориентированности фирм на развитие инноваций.

Необходимость развития и быстрой смены технологий заставляют крупные компании для достижения большей гибкости разукрупняться, сотрудничать с более мелкими инновационными фирмами, создавать венчурные фирмы, способные к быстрым разработкам. Это также предопределяет быстрое развитие проектных сетей, которые существуют во время реализации проекта и распадаются по мере его завершения.

Основными характеристиками, определяющие типы рыночных сетей, по мнению Катенева В. И. являются:

1. Национальная культура. Культура является важнейшим фактором, влияющим на формирование особенностей национальных сетей. Культура определяет особенности взаимоотношений в сети, роль формальных и неформальных отношений, закрытость или открытость сети и т. п. Формальность сетевых взаимоотношений предполагает степень их законности или соответствия строгим прописанным правилам и стандартам (как внутри франчайзинговых сетей). В сетях, основанных на неформальных соглашениях, большую роль играют личные связи, в том числе родственные. Открытость/закрытость сети предполагает возможность вступления в сеть новичков, которая зависит не только от национальной культуры, но и от формальных институтов, в том числе влияния государства.

2. Формальные институты. Государство, как формальный институт, активно влияет на виды национальных сетей, устанавливая правила их функционирования. Так при построении японской и корейской экономики государства выбрали путь, базирующийся на развитии крупных национальных компаний и их сетей (дзайбацу/керейцу в Японии и чеболей в Корее). В противовес этому, основу китайской экономики составляют мелкие семейные фирмы, которые образуют свои открытые сети, имеющие представителей в разных регионах мира. Открытость сети позволяет новичкам пользоваться преимуществами, которыми обладает сеть. Как правило, это возможности выхода на международный рынок (производство товара по заказу иностранных фирм). Европейские правительства стимулируют развитие малого бизнеса, что способствует формированию смешанных сетей, состоящих из крупных и малых фирм.

3. Особенности развития рынка: интенсивность конкуренции, степень рыночной неопределенности, наличие альтернативных поставщиков и т. п. Если рынок характеризуется высокой степенью неопределенности, высокой конкуренцией, трудностями с закупками, то фирмы стремятся объединяться в стабильные сети посредством установления долгосрочных взаимоотношений. Если же рынок характеризуется стабильностью, низкой неопределенностью, гарантиями безопасности со стороны государства и т. п., то объединение в сеть менее необходимо. В этом случае более активно развиваются внутрифирменные сети.

4. Особенности покупательского спроса и специфики продукта. Если спрос на рынке быстро изменяется (например, в связи с модой или быстрой сменой технологий), потребитель требует высокой степени индивидуальности от продукта, то развиваются динамические сети, участники которых могут постоянно меняться в зависимости от изменения спроса. Другими словами, всякий раз, когда требуется другая компетенция, сеть начинает искать нового участника, обладающего такой компетенцией. Параллельно из сети выходят участники, чьи компетенции перестали пользоваться спросом.

Выделяя типологию межфирменных сетей, необходимо воспользоваться разновидностью гибридных соглашений, выделенных К. Менаром и отмеченных в монографии А. Е. Шаститко¹.

Отметим, что гибриды — формы институциональных соглашений между самостоятельными в юридическом смысле единицами, которые ведут бизнес совместно, используя или обмениваясь технологиями, капиталом, продуктами и услугами[7] [8]. Межфирменные сети основаны на гибридных институциональных соглашениях.

К разновидностям гибридных (сетевых) соглашений К. Менар относит[9] (с уменьшением доля распределяемого остаточного дохода): субконтрактацию, кластеры, франчайзинг, коллективные товарные марки, партнерство, кооперативы, альянсы.

В рамках субконтрактации отбор субподрядчиков производится не столько посредством торгов, сколько посредством переговоров. Тем самым у генерального подрядчика появляется возможность *ex ante* получить больше информации и потенциальном субподрядчике.

Кластер — это межфирменные сети на определенной территории, которые определяются в рамках воспроизводящихся контрактов между сравнительно стабильным набором участников, где может происходить координация, направленная на поддержание качества, а также установление количественных ограничений.

Основная идея франчайзинга основана на передаче исключительных прав пользоваться средствами индивидуализации франчайзера операторам, которым не приходится тратить значительные средства на информирование потребителей о полезных свойствах предлагаемых товаров и услуг, а франчайзерам получать дополнительные доходы.

Коллективные товарные знаки не предполагают наличие одного правообладателя, что создает проблему коллективного действия. Однако это позволяет снизить трансакционные издержки покупателей, связанные с выявлением альтернатив и измерением.

Партнерства объединяют в себе свойства интегрированной фирмы и сетей. В свою очередь, кооперативы содержат в себе характеристики партнерств и коллективных товарных марок¹.

Источник:

https://studme.org/348013/ekonomika/tipologiya_setey?ysclid=lh7efxwtzb888098650

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Каковы преимущества и недостатки сетевых структур в сфере услуг по сравнению с другими альтернативами?
2. Каковы причины возникновения сетей в сфере услуг?
3. Каковы пути распространения инноваций?
4. По каким признакам можно выстроить типологию межфирменных сетей?
5. Приведите пример сетевого взаимодействия в туриндустрии. Какой тип сетевого взаимодействия используется в примере?

1. Учебная дисциплина. СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Сети в гостеприимстве и туризме

Тема 2.1. Гостиничные сети

3. Цели занятия.

- формирование теоретических знаний о сетевых формах организации в индустрии гостеприимства;
- получение прикладных знаний в области управления сетевыми формами организации деятельности туристских и гостиничных предприятий;
- изучение методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия за счет использования сетевых форм организации деятельности туристского и гостиничного предприятия.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие гостиничной сети.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	История создания и развития гостиничных сетей.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Российские и международные гостиничные сети: специфика организации, базовые бизнес-модели и стратегии развития.	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. Гостиничные сети

Текст лекции.

Гостиничная цепь (сеть) представляет собой объединение гостиничных предприятий, имеющих одинаковый уровень обслуживания, идентичный набор услуг, схожий дизайн и подход к работе с клиентом. Как правило, одна гостиница может дать представление о других, входящих в данную цепь. Таким образом, гостиницы, входящие в цепь (сеть) находятся в едином подчинении, соблюдают единую систему стандартов материально-технической базы и услуг. Цепи могут включать гостиницы одной или нескольких стран, то есть быть национальными или международными. Существует два основных вида гостиничных цепей: интегрированные цепи, которые созданы из однородных единиц, и гостиничный консорциум,

который объединяет независимые отели. В настоящее время существует более 100 гостиничных цепочек, общий номерной фонд которых составляет около 2 000 000 номеров. К крупнейшим гостиничным цепям относят: 1)Holiday Inn;

2)Best Western; 3)Sheraton; 4)Ramada Inn; 5)Accor; 6)Hilton Corporation; 7)Club Med;

8)Novotel; 9)Marriott International; 10)HFS Ink. Гостиницы, которые входят в корпоративные цепи, не обязательно являются собственностью этих цепей. Данные гостиницы могут иметь своих владельцев, а участие в цепи закрепляется договорами аренды, франшизы и т.д., что дает преимущество при загрузке, бронировании. Международные гостиничные цепи создают централизованные снабженческие предприятия, учебные центры, фабрики ремонта и производства мебели и оборудования. В России: Radisson - «Славянская» Москва, «Лазурная». «Пик-Отель» Сочи; Ассог - «Софител», «Новотель» Москва. Корпоративные цепи – это гостиничные корпорации, владеющие многочисленными предприятиями.

Мировые сети отелей:

InterContinental Hotels Group (IHG) Британская компания IHG, оператор гостиничных сетей, образована в 2003 году и управляет крупнейшей сетью гостиниц по числу номерного фонда в мире (более 600 000 номеров, ежегодное увеличение которых на 5,9%). В управлении IHG более 4 200 отелей больше, чем в ста странах. Принадлежат бренды такие, как Crowne Plaza, Candlewood Suites, InterContinental, Hotel Indigo, Staybridge Suites, Holiday Inn, Holiday Inn Express.

Wyndham Hotel Group Группа из сети отелей и курортов, расположенных в 67 странах мира, в основном в США и Канаде, включает около 7 000 гостиниц с общим номерным фондом более 590 000 номеров. Корпорация Wyndham Hotel Group была основана в 1981 году в Далласе, и на сегодняшний день включает в себя такие бренды, как Wyndham, Wingate by Wyndham, Hawthorn Suites, Ramada, Knights Inn и AmeriHost Inn, Days Inn, Super 8, Baymont Inn & Suites, Microtel Inns and Suites, Travelodge, Howard Johnson. Сеть Wyndham Hotel Group вышла на второе место в мире по количеству номеров после приобретения Microtel Inns & Suites и Hawthorn Suites (бренды, до этого принадлежавшие Global Hyatt).

Marriott International Международная американская сеть, созданная в 1927 году американцем Джоном Уиллардом Марриоттом, включающая в себя более 3 500 гостиниц в 70 странах мира, с общим номерным фондом более 500 000 номеров. Сети Marriott International принадлежит бренд Renaissance Group и 49 % акций Ritz-Carlton Hotel Company. Ежегодно корпорация открывает около двухсот новых гостиниц, что позволяет ей с преимуществом охватывать практически все ниши гостиничного бизнеса, ведь сеть объединяет уже 16 брендов с размещением как в фешенебельных отелях для взыскательной публики, так и для туристов средней руки.

Hilton Hotels Корпорация Hilton Hotels была основана в 1919 году открытием первого отеля Mobley Hotel в Техасе Конрадом Хилтоном. В 1925 году в Далласе был открыт первый отель с именем Hilton. На сегодняшний день, международная сеть включает более 3 750 гостиниц (более 600 000 номеров) в 84 странах. Конечно же, корпорация так популярна не только благодаря роскошным отелям, а в основном из-за скандальных выходок Пэрис Хилтон (дочери К.Хилтона), уже бывшей наследницы всемирноизвестной отельной империи. Hilton – первая компания, кто оборудовал свои отели беспроводной сетью WiFi. В настоящее время сеть включает в себя десять брендов, таких, как: Waldorf Astoria Hotels and Resorts, Conrad Hotels & Resorts, Hilton Hotels & Resorts, Doubletree (DoubleTree by Hilton), Embassy Suites Hotels, Hilton Garden Inn, Hampton Inn and Hampton Inn & Suites, Homewood Suites by Hilton, Home2 Suites by Hilton and Hilton Grand Vacations.

Accor Group - французская компания, в управлении которой находится более 4 200 отелей по всему миру. Кроме отелей компания владеет сетями ресторанов, казино и туристических компаний. Вы можете быть знакомы с этой сетью по брендам: Novotel, Mercure, Pullman, Sofitel, Suite Novotel, Formule 1, Ibis, All Seasons, Etap, Motel 6. В России Accor Group работает пока под двумя брендами: Novotel и Ibis и насчитывает 11 отелей.

Независимые гостиничные компании – это цепи независимых гостиниц, объединенных с целью использования общей системы бронирования, маркетинга, рекламы и других дорогостоящих для отдельного предприятия услуг, а так же с целью противостояния окружающим корпоративным компаниям.

Небольшие независимые гостиницы требуют более высокого управленческого мастерства, чем крупные. Руководители независимых гостиниц имеют слабые места, чаще либо в маркетинге, либо в финансах, а иногда и в том и в другом одновременно, и т.к. приходится выполнять функции не только линейного, но и функционального руководства.

Управляющие независимых гостиниц, если они хотят сохранить прибыльность, обязаны внедрять более современные управленческие системы и технологии, использовать гибкую систему расстановки кадров, при которой служащие в случае производственной необходимости совмещают несколько должностей и взаимозаменяют друг друга, т.е. являются специалистами широкого профиля.

Также независимые собственники вступают в группы, объединяющие независимые гостиницы (консорциумы) с целью создания совместного гостиничного продукта, системы обслуживания информационных и управленческих систем, корпорационных систем бронирования, закупок по оптовым ценам и т.д., чтобы гораздо быстрее реагировать на те процессы, которыми они не в силах управлять.

Гостиницы платят членские взносы и должны соответствовать определенным стандартам. Консорциумы также называют «добровольными» или «независимыми» цепочками. К ним, например, можно отнести два самых крупных гостиничных консорциума в мире - “Best Western”, “Romantic Hotels”. Американская цепь “Best Western International” насчитывает 3350 гостиниц.

Европейская гостиничная индустрия по сравнению с североамериканской характеризуется высокой долей независимых гостиничных предприятий. Однако с развитием франчайзинга, дает возможность быстрого расширения деятельности при незначительных инвестициях, все больше известных гостиничных корпораций поглощает независимые предприятия.

Вопросами координации функционирования на Европейском туристском рынке гостиничных цепей и ассоциаций независимых гостиниц занимается Конфедерация Национальных Ассоциаций Гостиниц и Ресторанов в Европейском Экономическом Сообществе (ХОРТЕК). Ее задачей является стимулирование сотрудничества небольших независимых гостиниц и ресторанов в наиболее широком спектре вопросов, с сохранением при этом индивидуальных особенностей, так как многообразие туристского продукта является одним из уникальных аспектов продажи. Она также занимается вопросами информации, стандартизации, инвестирования и др.

Цепей независимых гостиниц меньше, чем корпоративных, и они не столь устойчивы. Многие здесь зависят от условий вступления в добровольные объединения. Список крупнейших консорциумов возглавляет "Ютел Интернешнл". В 1930 г. ее основал американский писатель и путешественник Генри Ютел. Начав с двух отелей, буквально за десятилетие компания достигла феноменального успеха. Сегодня она объединяет как малые независимые гостиничные предприятия, так и международные гостиничные цепи в 137 странах мира.

Рейтинг гостиничных компаний и корпораций 10.3

Сети гостиниц среди них, практически в любом уголке Земли, выделяются корпорации-гиганты, названия которых известны почти каждому туристу: Marriott, Radisson, конечно же, Hilton, Hyatt, Best Western, Carlson. По данным ВТО (Всемирная Туристическая Организация), какой-либо гостиничной сети принадлежит каждый пятый отель, цифра впечатляющая, если знать о том, что в мире более шестнадцати миллионов гостиниц.

InterContinental Hotels Group (IHG)

Британская компания IHG, оператор гостиничных сетей, образована в 2003 году и управляет крупнейшей сетью гостиниц по числу номерного фонда в мире (более 600 000

номеров, ежегодное увеличение которых на 5,9%). В управлении IHG более 4 200 отелей больше, чем в ста странах. Принадлежат бренды такие, как Crowne Plaza, Candlewood Suites, InterContinental, Hotel Indigo, Staybridge Suites, Holiday Inn, Holiday Inn Express.

В Санкт-Петербурге на данный момент 4 отеля данной сети: Crowne Plaza St.Petersburg—Ligovsky, Staybridge Suites St.Petersburg, Holiday Inn St.Petersburg—Moskovskye V., Crowne Plaza St.Petersburg Airport, а всего в России открыто уже 13 отелей.

Wyndham Hotel Group

Группа из сети отелей и курортов, расположенных в 67 странах мира, в основном в США и Канаде, включает около 7 000 гостиниц с общим номерным фондом более 590 000 номеров. Корпорация Wyndham Hotel Group была основана в 1981 году в Далласе, и на сегодняшний день включает в себя такие бренды, как Wyndham, Wingate by Wyndham, Hawthorn Suites, Ramada, Knights Inn и AmeriHost Inn, Days Inn, Super 8, Baymont Inn & Suites, Microtel Inns and Suites, Travelodge, Howard Johnson. Сеть Wyndham Hotel Group вышла на второе место в мире по количеству номеров после приобретения Microtel Inns & Suites и Hawthorn Suites (бренды, до этого принадлежавшие Global Hyatt).

В России пока открыто 3 отеля: Ramada Yekaterinburg, Ramada Moscow Domodedovo и Corinthia Hotel St. Petersburg - Wyndham Grand Collection.

Marriott International

Международная американская сеть, созданная в 1927 году американцем Джоном Уиллардом Марриоттом, включающая в себя более 3 500 гостиниц в 70 странах мира, с общим номерным фондом более 500 000 номеров. Сети Marriott International принадлежит бренд Renaissance Group и 49 % акций Ritz-Carlton Hotel Company. Ежегодно корпорация открывает около двухсот новых гостиниц, что позволяет ей с преимуществом охватывать практически все ниши гостиничного бизнеса, ведь сеть объединяет уже 16 брендов с размещением как в фешенебельных отелях для взыскательной публики, так и для туристов средней руки.

В Санкт-Петербурге на сегодняшний день открыто уже 3 отеля: Renaissance St. Petersburg Baltic Hotel, Courtyard St. Petersburg Center West/Pushkin Hotel, Courtyard St. Petersburg Vasilievsky.

Более подробно про Marriott вы можете прочитать в написанных ранее статьях моей коллегой Ириной Ивановой: Империя Marriott. Часть 1, Империя Marriott. Часть 2, Империя Marriott. Часть 3 (окончание истории).

Hilton Hotels

Корпорация Hilton Hotels была основана в 1919 году открытием первого отеля Mobley Hotel в Техасе Конрадом Хилтоном. В 1925 году в Далласе был открыт первый отель с именем Hilton. На сегодняшний день, международная сеть включает более 3 750 гостиниц (более 600 000 номеров) в 84 странах. Конечно же, корпорация так популярна не только благодаря роскошным отелям, а в основном из-за скандальных выходов Пэрис Хилтон (дочери К.Хилтона), уже бывшей наследницы всемирноизвестной отельной империи.

Hilton – первая компания, кто оборудовал свои отели беспроводной сетью WiFi. В настоящее время сеть включает в себя десять брендов, таких, как: Waldorf Astoria Hotels and Resorts, Conrad Hotels & Resorts, Hilton Hotels & Resorts, Doubletree (DoubleTree by Hilton), Embassy Suites Hotels, Hilton Garden Inn, Hampton Inn and Hampton Inn & Suites, Homewood Suites by Hilton, Home2 Suites by Hilton and Hilton Grand Vacations.

В России насчитывают всего три отеля: Hilton Moscow Leningradskaya, DoubleTree by Hilton Hotel Novosibirsk, Hilton Garden Inn Perm hotel.

Accor Group

Accor Group — французская компания, в управлении которой находится более 4 200 отелей по всему миру. Кроме отелей компания владеет сетями ресторанов, казино и туристических компаний. Вы можете быть знакомы с этой сетью по брендам: Novotel, Mercure, Pullman, Sofitel, Suite Novotel, Formule 1, Ibis, All Seasons, Etap, Motel 6. В России Accor Group работает пока под двумя брендами: Novotel и Ibis и насчитывает 11 отелей.

В Санкт-Петербурге открыто 2 отеля: Ibis Санкт-Петербург Центр и Novotel Санкт-Петербург Центр.

Способы управления гостиницами

Мировой гостиничной индустрии известны такие виды управления:

Гостиничные сети - управление осуществляется управляющей компанией на основании контракта на управления / франчайзинг; Маркетинговые сети - управление осуществляется сетью информационных систем бронирования;

Независимые управляющие компании - управление осуществляется группой профессионалов.

Гостиничные сети как системы управления бывают жесткими и гибкими, все зависит от меры поглощения собственности. Чаще всего оперирование происходит на основании контракта на управление, где описаны все стандарты сети, условия распределения ответственности и финансовые обязательства. Менее жесткая система управления может быть представлена франчайзинговым договором, т.е. предоставляются права на использование имени, логотипа, систем бронирования и других видов обслуживания. Но сама эта система не осуществляет функций управления. Такие гостиницы составляют большинство. Франшиза, по существу, означает прокат торговой марки. Корпорация, в частности гостиничная, предоставляет предпринимателю право вести собственное дело под ее вывеской, но по единым стандартам. Она оказывает содействие франшизополучателю в осуществлении этой деятельности и контролирует ее в целях сохранения своей репутации. Франчайзинг сочетает финансовую и техническую мощь крупной фирмы, мастерство, талант и предприимчивость оператора с гибкостью и маневренностью мелкого предприятия. Этим объясняется его успешное развитие.

Узнать больше

Маркетинговые сети позволяют гостинице стать частью общенациональной или международной системы бронирования и, в то же время, сохранить свою независимость. Гостиница, входящая в такую систему, оплачивает услуги, лишь за технологии бронирования и продаж и дает возможность собственнику осуществлять прочие операции по управлению самостоятельно или с помощью специальных структур, перечисленных выше. Крупнейшими системами такого типа в США являются Quality Courts, Best Western, Best Eastern и Master Hosts.

Независимые управляющие компании - это группы профессионалов, которые обычно имеет дело с несхожим гостиничным продуктом, представленным отелями различного уровня обслуживания и связанных (или не связанных) между собой. В этом случае владелец гостиницы оплачивает услуги за управление его собственностью, либо управляющая компания, арендуя здание собственника, выплачивает ему часть дохода предприятия. Независимые управляющие компании свое рождение и массовое распространение получили в восточной Европе, где также распространена система аренды.

Кроме того, есть еще один вид управления - это собственное управление, или независимое управление отелем. Оно тоже имеет свои достоинства и недостатки, но все равно остается одним из самых распространенных систем управления. Именно в таком типе управления есть место творчеству и необычным, уникальным идеям.

Контракт на управление заключается между владельцем отеля и компанией, специализирующейся в гостиничном менеджменте, - оператором. В ситуации, когда собственник не имеет опыта или желания осуществлять менеджерские функции, но стремится получать доход с вложенных средств, он передает свое предприятие в профессиональное управление. По контракту владелец обязуется не вмешиваться в процесс управления и несет все текущие расходы, а также финансовые и операционные риски, вытекающие из права собственности. Другая сторона, оператор, вступает в управление гостиницей без приобретения каких-либо прав на нее. Его финансовая ответственность ограничена. За предоставляемые услуги он получает гарантированное вознаграждение.

Например, УК IFK Hotel Management является представителем сети Golden Tulip Hospitality Group, поэтому набор и обучение персонала гостиницы-заказчика осуществляет по ее стандартам. Кроме того, она организует все процедуры предшествующие открытию отеля, в частности, обеспечивает инспекцию объекта представителями штаб-квартиры Golden Tulip Hospitality Group, организует пробные заезды и подключает отель ко всем технологическим системам международной сети Golden Tulip.

Таким образом, к официальному открытию гостиница сможет пользоваться всеми международными системами резервирования и продаж; в ней с первого дня работы будут действовать программы лояльности Golden Tulip, отдел снабжения получит доступ к всемирной системе закупок сети Golden Tulip.

Другой пример – International Hospitality Management Group, специализирующаяся на профессиональном управлении недвижимостью, в том числе гостиничной и ресторанной. Компания вместе с застройщиками и инвесторами эффективно управляет проектом на всех стадиях строительства и после сдачи объектов в эксплуатацию.

Помимо управленческих услуг она предлагает консалтинг в области оптимизации стоимости проекта, формирование стандартов, применяемых западными операторами коммерческой недвижимости и гостиничной сферы, организует сотрудничество с зарубежными УК, управляет объектом или обеспечивает требуемый штат сотрудников. Предложение компании охватывает все этапы проекта от формирования бизнес-плана, проектирования и строительства под ключ до управления и эксплуатации.

Тенденции и перспективы развития гостиничной индустрии

По оценкам международных экспертов, в ближайшие годы гостиничная индустрия будет развиваться высокими темпами. Инвесторы всего мира обратили внимание на эту перспективную сферу хозяйствования и уже сделали значительные вложения в обновление и расширение гостиничной базы, внедрение современных технологий, передовых форм обслуживания. Прогнозируемый бум послужит толчком к усилению процессов концентрации и кооперации, созданию новых гостиничных цепей.

Вот какие перспективы и тенденции отмечают исследователи гостиничной индустрии

- компьютеризация гостиничного сектора отстает от других секторов туризма, в частности, авиакомпаний и турагентств,

- возможно, укрепится сотрудничество гостиниц и правительственных органов, так как в целом пропаганда туризма, как государственной сферы, будет расширяться,

- в гостиничной индустрии ускоряется процесс слияния компаний, отмечается увеличение количества договоров франшизы и внешних инвестиций,

- многие отели начинают ориентироваться на требования «экологичности и заботы об охране окружающей среды,

- улучшается технологическое оснащение гостиниц в целом,

- развивается множество дополнительных программ и сопутствующих услуг. Фактически, влияние гостиниц охватывает дополнительные сферы – развлекательную, экскурсионную, ресторанную и т.п.,

- возникает большое количество отелей эконом-класса, то есть происходит демократизация отрасли в целом,

- представители гостиничной индустрии объединяются в союзы и ассоциации,

- усиливается специализация гостиниц, то есть концентрация их на какой-либо части клиентской аудитории и, соответственно, возникает лучшее понимание потребностей клиентов. Это проявляется также и в способе подсчета прибыли. Современные гостиницы меняют этот способ с дохода на один номер – на доход с одного клиента.

Помимо общемировых тенденций в России можно проследить и свои национальные особенности развития гостиничного бизнеса:

1) Наиболее перспективными регионами развития гостиничного бизнеса будут оставаться Москва, Санкт-Петербург, Золотое Кольцо и Центральный Федеральный округ.

Здесь концентрируются туристические потоки въездного и внутреннего направления, активно развивается бизнес-туризм, соответственно, растет спрос на услуги размещения.

2) Дефицит гостиниц среднего класса. На сегодняшний день проблема нехватки гостиниц эконом-класса в регионах России, действительно существует. Связано это с тем, что значительная часть существующих гостиниц находится в ветхом состоянии. Если говорить о возведении новых объектов, это достаточно затратный и «долгоиграющий», с точки зрения возврата инвестиций, бизнес. Но в то же время это стабильное и перспективное направление деятельности. Гостиница – это потоки средств, которые поступают ежедневно.

3) Увеличение доли иностранных инвесторов не только в сфере сетевых отелей, но и в отдельной застройке. На рынок России пришло много западных инвесторов, что связано с общей положительной динамикой экономического развития и большим потенциалом страны.

4) Развитие российских управляющих компаний. Управление гостиницами имеет определенные нюансы. Бизнес-центр, коммерческая недвижимость, торговые площади предполагают долгосрочные отношения с определенным кругом клиентов. Особенность управления гостиницами заключается в ежедневной смене клиентов, ежедневной динамике и, прежде всего, индивидуальный подход. Особенность гостиничного бизнеса заключается в качестве обслуживания. Если уровень сервиса недостаточно высок, то никакая недвижимость не привлечет. В этом основное отличие. Для российских инвесторов и собственников не всегда выгодно работать с иностранными операторами, потому что их услуги достаточно дороги. Это при том, что появились отечественные компании, предоставляющие качественные услуги по управлению гостиницами.

5) Развитие национальных гостиничных брендов. Отечественным гостиничным компаниям не более 5 лет. Поэтому, в частности, в России нет ни одного собственно хорошо узнаваемого гостиничного бренда. В частности, с этим же связано и отсутствие стандартов сервисного обслуживания внутри российских цепочек. Поэтому, выработка национальных стандартов обслуживания – одно из самых перспективных направлений современной гостиничной индустрии России.

6) Разделение прав владения и управления. Большинство российских сетей владеют отелями, которыми управляют. Такая закономерность полностью расходится с практикой, сложившейся на мировом гостиничном рынке. Иностранные сети считают владение недвижимостью непрофильным бизнесом и предпочитают зарабатывать исключительно продажей франшиз и управленческими услугами.

Источник:

https://bstudy.net/769883/turizm/kontseptsiya_ustoychivogo_razvitiya_turistskoy_industrii?ysclid=lh20vdhgk917921684

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Раскройте понятие «внутренние сети предприятия»
2. Совокупность каких характеристик определяет внутрифирменную сеть? межфирменную сеть?
3. В чем заключается сетевая стратегия гостиничного бизнеса?
4. В чем заключаются конкурентные преимущества сетей в турбизнесе?

1. Учебная дисциплина. СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Сети в гостеприимстве и туризме

Тема 2.2. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе

3. Цели занятия.

- формирование теоретических знаний о сетевых формах организации в индустрии гостеприимства;
- получение прикладных знаний в области управления сетевыми формами организации деятельности туристских и гостиничных предприятий;
- изучение методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия за счет использования сетевых форм организации деятельности туристского и гостиничного предприятия.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	История возникновения и развития ресторанных сетей.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Примеры успешной деятельности ресторанных сетей за рубежом. Сетевые рестораны в России.	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. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе

Текст лекции.

Сетевые предприятия в ресторанном бизнесе обладают рядом преимуществ. Главное из них заключается в возможности существенного снижения расходов (издержек), в первую очередь, постоянных. Однако на практике это далеко не всегда происходит. Анализ показывает, что основной причиной этого является не совсем правильное построение системы управления сетью. В чём оно заключается? Для ответа на этот вопрос, не претендуя на истину в последней инстанции, вначале определим, что следует называть сетью предприятий. Вопрос не праздный. Если речь ведётся об управлении, то нужно чётко представлять объект управления. Иначе никакой речи о его эффективности быть не может.

Переходный период от государственной системы общепита к полностью рыночным формам в этой отрасли завершился в середине 90-х годов. Успешные на то время предприниматели в отрасли стали укрупнять свой бизнес за счет покупки действующих предприятий, через слияния и поглощения и т.д. В результате в отрасли стали появляться достаточно крупные рыночные образования территориально разнесённых предприятий, у которых объединяющим началом была только общность акционерного капитала. Если акционеры (владельцы) активно участвовали в управлении ими, то они стремились привести

предприятия к единым стандартам во всём. В результате, появлялось ещё одно объединяющее начало, а именно общность стандартов обслуживания, оборудования, оформления и т.п. И тогда начали говорить о сетях ресторanno-развлекательных предприятий.

Только в начале двухтысячных годов начали появляться образования, которые действительно можно назвать сетевыми. Главным признаком, позволяющим назвать сетью некое объединение предприятий, является наличие организованной системы централизованного управления и обеспечения. А акционерный капитал может быть совершенно разным. Существуют примеры успешных сетей, где часть предприятий взята в доверительное управление и принадлежит совершенно другим владельцам. Именно централизация управления и обеспечения совокупностью предприятий даёт качественно новый вид хозяйствующей единицы и предоставляет акционерам (владельцам) ряд экономических и конкурентных преимуществ.

На следующем этапе стали образовываться Холдинги, которые, кроме ресторanno-развлекательных, включают и другие типы предприятий. Это может быть выделенное производство, компания по автоматизации бизнеса и др. На следующем этапе сети и холдинги стали выходить за пределы одного города и расширяться как количественно, так и территориально.

Таким образом, Сетью предприятий ресторanno-развлекательного бизнеса предлагается называть их территориально разнесённую совокупность, объединяемую единой централизованной системой управления операционной деятельностью и централизацией некоторых функций её обеспечения.

Опыт показывает, что централизовать управление целесообразно при наличии трёх и более предприятий. Это даёт акционерам ряд существенных преимуществ, которые в первом приближении заключаются в следующем:

- сокращение постоянных затрат за счёт: централизации логистики, маркетинга и бухгалтерии; возможности организовывать собственное юридическое, информационное и кадровое обеспечение, обеспечение физической безопасности предприятий и др.;

- сокращение переменных затрат за счёт оптимизации логистического обеспечения (привлекательность для поставщиков по объёмам, прогнозируемая регулярность закупок, упорядочение ассортиментного перечня, подконтрольность бизнес-процесса и т.п.);

- возможность оперативного манёвра между предприятиями всеми видами ресурсов;

- повышение прозрачности бизнеса для акционеров, что повышает его управляемость и контролируемость, минимизирует возможности для злоупотреблений и т.п.;

- налаживание более эффективного управленческого учёта;

- возможность более эффективного стратегического управления, организации брендинга.

Это далеко не все преимущества централизованного управления сетью предприятий. Перечисленные являются основными и очевидными.

Источник: https://studopedia.ru/19_95215_setevie-tehnologii-organizatsii-i-upravleniya-v-obshchestvennom-pitanii.html?ysclid=lh7ev3eycm314685940

Уточненные понятия «ресторанный бизнес» и «сеть предприятий общественного питания» («ресторанная сеть»)

Согласно ГОСТ Р 50762-2007 предприятия общественного питания, функционирующие в современных российских условиях, в зависимости от типа подразделяют на ресторан, бар, кафе, столовую, закусочную, предприятие быстрого обслуживания, буфет, кафетерий, кофейню, магазин кулинарии.

Таким образом, тип «ресторан» выделен как отдельный тип предприятия общественного питания, имеющий свои специфические черты.

Но не все исследователи в сфере общественного питания согласны с данным подходом. Авторы целого ряда учебников и учебных пособий, посвященных гостиничному и ресторанным бизнесу, пытались сформировать комплексные классификации предприятий

общественного питания, которые бы давали полное представление о типах этих заведений и об основном перечне предоставляемых ими услуг.

Некоторые специалисты считают, что к понятию «ресторан» можно отнести собственно рестораны различных направлений и категорий, клубы (где предусмотрено питание), развлекательные центры, бары, кафе, кофейни, чайные, пиццерии, гриль-бары, пельменные, блинные, пирожковые, бистро, закусочные, различные заведения быстрого питания, предприятия питания в гостиницах, пансионатах, государственных учреждениях и иных организациях, сетевые предприятия.

Наиболее часто предприятия общественного питания сегментируют по ценовой политике (размеру среднего чека). В соответствии с этим делением на рынке существуют пять основных сегментов: Street Food («уличное питание») со средним чеком 100 руб., Fast Food/Quick Service Restaurant (фаст-фуд или «быстрая еда») со средним чеком 200 руб., Quick & Casual/ Fast Casual («быстро и ежедневно») со средним чеком 600 руб., Casual Dining («повседневный обед») со средним чеком 500-1000 руб., Fine Dining («приятный обед») – свыше 1000 руб.

Д.И. Елканова, Д.А. Осипов, В.В. Романов и Е.В. Сорокина выделяют ресторан гастрономический, ресторан повседневный («демократический»), бар (паб или таверна), быстрое обслуживание (quick service), который в свою очередь включает Fast food (непрерменно – сетевые заведения) и Street Food, а также столовую и кейтеринг.

Существующее разнообразие типов и видов предприятий общественного питания продиктовано жесткими условиями рынка, требующими необычной и в то же время экономически оправданной концепции высокого качества и скорости обслуживания, соответствия гастрономическим вкусам и предпочтениям клиентов, удовлетворения эстетических и духовных потребностей посетителей независимо от того, отдельно ли это работающее предприятие или структурное подразделение другого учреждения (ресторанной сети или гостиницы). Помимо качественного подхода, определяемого вышеизложенными характеристиками, в целях извлечения максимальной прибыли предприниматели уделяют значительное внимание организационной специфике работы предприятий общественного питания, пытаясь найти оптимальную форму взаимодействия с другими участниками рынка.

Интересным является тот факт, что до сих пор не существует законодательно закрепленного определения понятия «ресторанный бизнес». Как правило, все государственные стандарты ориентированы на регламентацию деятельности в сфере общественного питания. Но мировая общественность и представители российской бизнеса и науки активно пользуются данным понятием, нередко вкладывая в него свой смысл.

Обобщая различные трактовки понятия «ресторанный бизнес», возникает новое его определение: «ресторанный бизнес» – это деятельность, направленная на извлечение прибыли посредством удовлетворения потребностей потребителей в качественной, соответствующей санитарно-гигиеническим требованиям и законодательным нормам кулинарной продукции (в виде полуфабрикатов, кулинарных изделий, блюд) путем производства и/или реализации и/или организации потребления этой кулинарной продукции через различные типы предприятий общественного питания с соответствующими им уровнем сервиса, средним чеком и дополнительными услугами либо за счет собственных средств и усилий предпринимателя, либо за счет консолидированных усилий нескольких участников бизнес-процесса (сетей).

Говоря о регулировании работы ресторанных сетей с точки зрения законодательной базы, стоит отметить, что в Государственном стандарте Российской Федерации 50647 - 94. «Общественное питание. Термины и определения» дается следующее определение понятия «сеть предприятий общественного питания»: «сеть предприятий (общественного питания) – совокупность предприятий общественного питания».

При исследовании нормативно-правовой и законодательной базы, ориентированной на общественное питание, было установлено, что, кроме выше обозначенного определения и ряда показателей, связанного с ним (норматив развития сети, обеспеченность населения

сетью, степень обеспечения сетью), в России отсутствуют другие определения понятия «ресторанная сеть» или «сеть предприятий общественного питания», нет четкой классификации этих структур, не разработана система показателей и не описана методика их расчета для сравнения разных сетевых предпринимательских структур.

Таким образом, рекомендуется рассматривать сеть предприятий общественного питания (ресторанную сеть) как объединение двух и более зависимых и/или экономически самостоятельных предприятий общественного питания с одинаковой и/или разной концепцией, объединенных в единую формальную (или неформальную) централизованную (или децентрализованную) сетевую структуру, в основе которой лежат долговременные (или краткосрочные) устойчивые организационно-хозяйственные, производственно-кооперационные, информационные и другие связи. Классификация сетевых структур в ресторанном бизнесе

Исходя из основных теоретических подходов к понятиям «сетевые предпринимательские структуры», «сеть предприятий общественного питания» или «ресторанная сеть», специфики функционирования современных предприятий общественного питания и концепции формирования сетевых ресторанных предприятий предлагается классифицировать сетевые предпринимательские структуры в сфере общественного питания на основании ряда количественных и качественных признаков.

Следует отметить, что в рамках данной классификации впервые систематизированы именно сетевые ресторанные структуры с учетом мировых тенденций развития подобных структур, российской ресторанной бизнес - среды и законодательства Российской Федерации в сфере общественного питания.

Классификация предлагается с целью комплексного анализа сетевых ресторанных структур (таблица 1).

Таблица 1 - Классификация сетевых структур в ресторанном бизнесе

Классификационный признак	Разновидность сетевых предпринимательских структур в ресторанном бизнесе
Количество субъектов хозяйствования	Малые сети предприятий общественного питания (до десяти предпринимательских единиц); Средние сети предприятий общественного питания (десять – двадцать предпринимательских единиц); Крупные сети предприятий общественного питания (свыше двадцати предпринимательских единиц)
Территориальное размещение/география распространения	Локальные; региональные; межрегиональные; национальные; межнациональные; глобальные сети;
Время основания	XIX век, XX век, 20 – е гг., 30-е гг., 40-е гг. ...
Страна основания	США, Швейцария, Россия...
Размер фирм- участниц	Состоящие из крупных компаний; Состоящие из малых предприятий; Смешанные;
Однородность или неоднородность входящих в состав бизнес - структур	Гомогенные (только предприятия общественного питания); Гетерогенные (предприятия общественного питания и другие);
Степень диверсификации предлагаемых продуктов	Предложение продукта в рамках концепции одного бренда (моноформатные проекты); Предложение продукта в рамках нескольких концепций (мультиформатные предприятия);
Тип заведений, формирующих сеть	Кафе, бары, рестораны, столовые, закусочные, кофейня, кафетерий, предприятие быстрого обслуживания, буфет, магазин кулинарии и т.д.
Реализуемая товарная группа	Пицца, чизбургер, бифштексы, дары моря, шаверма...
Вид кухни	Американская, итальянская, немецкая, мексиканская...

Концепция	Концепция «монопродукта»; концепция «драйв-ин» ; концепция «рестораны фуд-корта», тематические концепции и т.д.
Метод обслуживания	Сети, на предприятиях, которых посетители обслуживаются официантами; Сети, где применимо самообслуживание; Сети, где действует смешанная схема обслуживания.
Степень полноты технологического цикла	С самостоятельным выпуском обеденной продукции, организацией его потребления и реализацией (полный цикл производства); С использованием полуфабрикатов и готовых блюд (неполный цикл производства).
Объем и характер услуг	Сети, предлагающие только питание; Сети, предоставляющие помимо услуг питания целый ряд дополнительных услуг;
Режим работы	С ограниченным графиком работы; Круглосуточные; Смешанная схема работы
Уровень мобильности	Передвижные сетевые предприятия общественного питания; Стационарные сетевые предприятия общественного питания; Смешанные сетевые предприятия общественного питания.
Тип собственности сети предприятий общественного питания	Государственная; Частная; Государственно – частные партнерства («Интурист» РФ).
Тип собственности рабочих помещений	Частная собственность (самостоятельно возводимые объекты размещения, приобретенные в собственность); Аренда; И частная, и арендованная.
Принцип подбора помещения	«Работа от концепции», «Работа от цены»
Сегмент потребителей	С низким уровнем достатка; Средним уровнем достатка; Высоким уровнем достатка.
Вид сетевой предпринимательской структуры в сфере общественного питания	Консорциум; холдинг, конгломерат; ресторанный группа; франчайзинговая сеть; ассоциация (союз), альянс; моноконцептуальные и мультиконцептуальные дивизиональные сети; смешанная форма; децентрализованная и централизованная сеть ресторанов по отношению к поставщикам.
Степень жесткости сети (как управляемой системы)	Мягкие сети (союзы), средние сети (франчайзинговые сети), жесткие (управляемые по контракту)
Условия вхождения в сеть	Полноправное членство; Ассоциированное членство (референциальные сети).
Тип управления	Опосредованное управление (например, при франчайзинге); Самостоятельное управление (управляет собственник, либо собственная управляющая) компания;
Степень интеграции	Интегрированные сети (сети из однородных ресторанных предприятий); Независимые сети (сети из независимых предприятий общественного питания на основании консорциума, референциальные сети)

Интегрированные сети (сети из однородных ресторанных предприятий);

Независимые сети (сети из независимых предприятий общественного питания на основании консорциума, референциальные сети)

Данная классификация составлена автором на основе классификаций сетевых гостиничных предпринимательских сетей, стандартов сферы общественного питания и

практических наблюдений. Она дает возможность полно описать сетевые структуры, функционирующие в современном ресторанном бизнесе.

3. Концепция формирования сетевых структур в ресторанном бизнесе

Также как и в других отраслях, в ресторанном бизнесе в основе формирования ресторанных сетей лежат структурный, ресурсный, организационный и когнитивный подходы. Если учитывать, что сети могут образовываться и из типовых сетевых проектов, принадлежащих единому центру, и из независимых предприятий общественного питания, становится оправданным отнесение сетевых предприятий общественного питания к различным формам организации сетевых предпринимательских структур.

Согласно предложенной автором концепции в современных условиях развития ресторанного бизнеса для достижения высокой эффективности функционирования сети и повышения ее конкурентоспособности необходимо придерживаться не только специальных принципов устойчивого развития ресторанных сетевых структур, например, таких как принцип комплексности, принцип взаимодополняемости, целевого единства, принцип следования корпоративным стандартам, принцип адаптивности, ресурсосбережения и т.д., но и правильно выбрать форму организации сети, которой, по мнению автора, может быть:

- консорциум;
- холдинг и конгломерат;
- ресторанная группа;
- франчайзинговая сеть;
- ассоциация (союз), альянс;
- моноконцептуальные и поликонцептуальные дивизиональные сети;
- смешанная форма;
- децентрализованная и централизованная сеть ресторанов по отношению к поставщикам.

Концепция содержит описание каждой из форм организации сетевых предприятий общественного питания, их специфики. В качестве примеров в ней перечислены фактически существующие на современном ресторанном рынке предприятия, относящиеся к конкретной форме организации, а также представлены графические изображения системы взаимоотношений, возникающих между акторами сетей каждой из форм организации.

Консорциум представляет собой специальную организацию, объединяющую независимые (несетевых) предприятия. Если учитывать, что далеко не все предприятия общественного питания в России являются сетевыми, то объединение независимых единичных проектов в консорциум может стать, как показывает международная практика, эффективным способом решения совместных задач.

По мнению автора, наиболее приемлемыми для ресторанного бизнеса являются: полные консорциумы, обеспечивающие не только общее маркетинговое исследование и обслуживание, но и помогающие в управлении человеческими ресурсами, в производстве закупок, и маркетинговые консорциумы, основной задачей которых является построение грамотной маркетинговой политики консорциума и его членов.

Холдингами считаются компании, владеющие контрольными пакетами акций других фирм. Данная форма организации сетевых ресторанных предпринимательских структур является одной из самых распространенных.

Конгломерат – это совокупность не связанных технологическими «цепочками» предприятий, объединяемых лишь на самом верхнем уровне управленческой иерархии.

Группой компаний является организованное объединение двух и более самостоятельных хозяйствующих субъектов, контролируемых одним или несколькими лицами, связанных или не связанных между собой юридическими или иными отношениями, управляемых из одного центра с целью получения прибыли.

Исходя из этого определения, группа может состоять минимум из двух хозяйствующих субъектов, а максимальное количество участников группы ничем не ограничено. Количество участников групп компаний может достигать до нескольких миллионов.

Франчайзинг - система договорных отношений между крупными и мелкими самостоятельными предприятиями, при которой последние получают право на производство и реализацию от имени и под торговой маркой крупной фирмы определенного вида товаров и услуг.

В настоящее время в сфере общественного питания существуют ассоциации (союзы) с различным составом участников. Одни объединяют специалистов (профессиональные ассоциации), другие только предприятия общественного питания, возможно в комбинации с другим форматом, например, таким как магазин (моноформатные, биформатные), а третьи - и предприятия питания, и производителей оборудования, и производителей продуктов питания, и их поставщиков, и компании, продающие автоматизированные системы управления - то есть, всех тех, кто работает на рынке Хорека (мультиформатные ассоциации).

Еще одной формой организации сетевых предприятий общественного питания могут быть дивизиональные структуры, в основании которых находятся крупные автономные производственно-хозяйственные подразделения (отделения, дивизионы), обладающие оперативно-производственной самостоятельностью и несущие ответственность за получение прибыли.

Если учитывать, что работа предприятий общественного питания во многом зависит не только от внутренних, но и внешних факторов, то станет очевидной необходимость рассмотрения взаимосвязи их с другими игроками рынка услуг питания. В этом аспекте автор выделяет децентрализованную и централизованную сеть ресторанов по отношению к поставщикам.

Как правило, достаточно сложно найти ресторанный сеть, работающую только по одной схеме. Чаще применяется смешанный вариант, когда часть ресторанов принадлежат компании, другие рестораны расширяют сеть по схеме франчайзинга, или когда группа компаний входит в единый холдинг, но при этом помимо собственных ресторанов, распространяющихся под брендом сети, работают точки и по схеме франчайзинга.

Этап 1. Описание исследуемых ресторанных сетей в соответствии с признаками авторской классификации сетевых ресторанных структур
Этап 2. Расчет показателей финансово – хозяйственной деятельности каждой из исследуемых ресторанных сетей
Этап 3. Изображение ресторанных сетей в виде графов и расчет показателей, характеризующих их структурные свойства
Этап 4. Ранжирование по значимости показателей финансово – хозяйственной деятельности ресторанной сети и определение их весовых значений
Этап 5. Ранжирование по значимости показателей, отражающих структурные свойства ресторанной сети, и определение их весовых значений
Этап 6. Расчет средних оценок показателей результатов анализа финансово – хозяйственной деятельности ресторанных сетевых структур
Этап 7. Расчет средних оценок показателей результатов институционального анализа сетевых ресторанных структур
Этап 8. Перенесение итоговых данных в сводную таблицу
Этап 9. Построение диаграммы, отражающей конкурентные позиции исследуемых ресторанных сетей
Этап 10. Общая оценка результатов анализа, определение лидера и аут айдера исследуемого рынка

Рисунок 1 – Схема методики определения относительной конкурентоспособности сетевых ресторанных структур

Источник: <https://mognovse.ru/thg-formirovanie-i-razvitie-setevih-struktur-v-restorannom-biz-stranica-2.html>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. За счет каких факторов формируется и развивается доверие между предприятиями?
2. Какие ассоциации существуют в российской туриндустрии? В чем заключается деятельность этих ассоциаций?
3. Какие меры государственной политики могут способствовать росту отдачи от сетевых форм организации бизнеса в индустрии гостеприимства?
4. Какие стратегии развития гостиничных сетей можно назвать? В чем их особенности?

1. Учебная дисциплина. СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций

Тема 3.1. Туристско-рекреационные кластеры

3. Цели занятия.

- формирование теоретических знаний о сетевых формах организации в индустрии гостеприимства;

- получение прикладных знаний в области управления сетевыми формами организации деятельности туристских и гостиничных предприятий;
- изучение методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия за счет использования сетевых форм организации деятельности туристского и гостиничного предприятия.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Кластер как межорганизационная сеть.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Влияние кластерной политики на конкурентоспособность туристических дестинаций: анализ зарубежного опыта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Проблемы развития туристско-рекреационных кластеров в России.	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. Туристско-рекреационные кластеры

Текст лекции.

Кластер группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщики, производители и др.) и связанных с ними организаций (образовательные заведения, органы государственного управления, инфраструктурные компании), действующих в определенной сфере (рыночной нише) и взаимодополняющих друга (Майкл Портер). Туристско-рекреационный кластер – это группа географически соседствующих взаимодействующих компаний, общественных организаций и связанных с ними органов государственного управления, формирующих и обслуживающих туристские потоки, использующие рекреационный потенциал территории (В. И. Кружалин).

Территориальный туристский кластер – совокупность территориально локализованных туристских ресурсов, а также организаций различного профиля, Территориальный туристский кластер – совокупность территориально локализованных туристских ресурсов, а также организаций различного профиля, взаимодействующих, конкурирующих и взаимодополняющих друга в сфере создания и реализации турпродукта в определенных географических границах и использующих принципы государственно-частного партнерства.

Признаки кластера: • концентрация участников на ограниченной территории • конкуренция, которая активизирует развитие участников
Признаки кластера: • концентрация участников на ограниченной территории • конкуренция, которая активизирует развитие

участников • комплексность – наличие на территории предприятий разного профиля деятельности • кооперация на горизонтальных уровнях и по вертикали цепочки создания стоимости • координация, конкурентоспособность

Основные причины формирования кластерных систем в туристско-рекреационной сфере: • технологическая специфика формирования и реализации Основные причины формирования кластерных систем в туристско-рекреационной сфере: • технологическая специфика формирования и реализации туристского продукта, обуславливающая технологически связанный характер туристской деятельности; • пространственная локализация туристского продукта; • преимущества доступа рекреационных ресурсов; и использования уникальных туристско- • маршрутная территориальная организация туризма; • значительная доля малого и среднего бизнеса, занятого в формировании и обслуживании туристских потоков.

Выделяют 5 функциональных комплексов: • Природных условий и ресурсов • Производственный • Социально-сервисный • Выделяют 5 функциональных комплексов: • Природных условий и ресурсов • Производственный • Социально-сервисный • Специализированный рекреационный • Сервисно-системообразующий

Центральная часть (ядро) туристско-рекреационного кластера представляет собой специализированный рекреационный (туристско-рекреационный) комплекс Он состоит из: Центральная часть (ядро) туристско-рекреационного кластера представляет собой специализированный рекреационный (туристско-рекреационный) комплекс Он состоит из: Ø Средства размещения туристов (базы и дома отдыха, пансионаты, мотели, детские лагеря и базы отдыха, туристские базы, санатории, базы охотников и рыболовов, туристские лагеря, кемпинги и др.) Ø Предприятия питания (рестораны, кафе, бары, пабы, и т. д.) Ø Специализированные туристские и рекреационные предприятия (альплагеря, центры по прокату туристского снаряжения, развлекательные центры, аквапарки, горнолыжные комплексы, спелеостанции и прочее) Ø Транспорт (экскурсионные автобусы, квадроциклы, багги, прогулочные суда и лодки, гужевого транспорт и др.)

Цель создания туристического кластера – повышение уровня экономической устойчивости региона, развитие инфраструктуры за счет Цель создания туристического кластера – повышение уровня экономической устойчивости региона, развитие инфраструктуры за счет синергетического эффекта, в том числе повышение эффективности работы предприятий и организаций, входящих в туристический кластер; стимулирование инноваций; стимулирование развития новых направлений туристического бизнеса.

Для туристического кластера могут быть определены следующие основополагающие принципы: Взаимопонимание и готовность к сотрудничеству Для туристического кластера могут быть определены следующие основополагающие принципы: Взаимопонимание и готовность к сотрудничеству всех участников процесса Равноправие и паритетность всех участников конструктивного диалога Добровольность выбора форм сотрудничества Взаимное информирование и выполнение принятых на себя обязательств согласно хозяйственным договорам, заключаемым непосредственно между участниками кластера.

Источник: <https://present5.com/lekciya-3-turistsko-rekreacionnyj-klaster-klaster-gruppa/?ysclid=lh7gg5c03n635106360>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какие существуют источники повышения качества услуг за счет сетевого межфирменного взаимодействия в гостиничном бизнесе?
2. Какие существуют источники снижения транзакционных издержек за счет сетевого межфирменного взаимодействия в гостиничном бизнесе?
3. Какова цель деятельности бизнес ассоциаций в туристической индустрии? В чем причины эффективности или неэффективности их деятельности?

1. Учебная дисциплина. СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций

Тема 3.2. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в экономике впечатлений

3. Цели занятия.

- формирование теоретических знаний о сетевых формах организации в индустрии гостеприимства;
- получение прикладных знаний в области управления сетевыми формами организации деятельности туристских и гостиничных предприятий;
- изучение методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия за счет использования сетевых форм организации деятельности туристского и гостиничного предприятия.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Маркетинг партнерских отношений. Совместное создание ценности.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Ко-брендинговые альянсы компаний разных секторов индустрии гостеприимства и туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Онлайн партнерства в индустрии 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 3.2. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в экономике впечатлений

Текст лекции.

Важность и необходимость маркетинга партнерских отношений на рынке услуг и товаров подтверждается тем, что продукты становятся более стандартизированными, а услуги унифицированными. Это часто приводит к формированию повторяющихся, привычных обществу, маркетинговых решений. Также данный подход позволяет бороться со стереотипами о низком качестве, стандартных устаревших инструментах и узких направлениях региональной деятельности в сфере продвижения товаров и услуг на рынке города [2. с. 36].

Исторически традиционная теория маркетинга фокусировалась на завоевании новых клиентов. Эта стратегия «наступательного», или агрессивного маркетинга включала действия

по переманиванию неудовлетворённых клиентов фирм-конкурентов [5, с. 34]. Маркетинг партнерских отношений исходит из того, что привлечение клиентов – это важный, но промежуточный шаг. Первоочередной задачей является сохранение собственных клиентов. В системе маркетинга партнерских отношений привлечение необходимо уже для того, чтобы наступил этап удержания [4]. Маркетинг партнерских отношений, так же как и традиционный, опирается на аргументы о прибыли. Отличается он тем, что его интересует не сиюминутная, а устойчивая и долговременная прибыль. Маркетинг партнерских отношений апеллирует к постоянным, длительным отношениям, формирует основные принципы экономики «отношений» в противовес экономике обмена.

В соответствии с этой концепцией при продвижении коммерческой организации и при формировании бренда на рынке следует рассматривать обычного покупателя как потенциального партнера в отношении совершенствования товаров и услуг. С точки зрения такого подхода продажи – не основная цель. Цель – создание «своего» потребителя [3, с. 112].

В деятельности маркетинга партнерских отношений появляются новые направления:

- 1) Установление и постоянное осуществление коммуникаций с конечным потребителем;
- 2) Непосредственное подключение конечного потребителя к процессу разработки и создания товара и услуги;
- 3) Развитие партнерских отношений с субъектами рынка;
- 4) Развитие сервиса и повышение качества обслуживания [4].

Данная концепция была положена в основу работы и формирования бренда сети «Ели-Худели» с новым для рынка предложением.

«Ели-худели» - это сеть правильного питания, созданная с учетом регулярности приема пищи, калорийности продуктов, способа их приготовления, а также сбалансированности рациона. Компания занимается продажей пакетов полезной и здоровой еды на день. Особенностью компании является то, что покупка и оплата заказа происходит «онлайн», а получение пакета покупателем осуществляется без продавцов с помощью специальных терминалов. Выбранная концепция отражается в трёх параметрах: товаре, обслуживании и коммуникации. Все усилия в процессе деятельности компании направлены на индивидуализацию отношений с клиентом, что возможно на основе развития долгосрочного взаимодействия партнеров. В этом контексте отношения компании становятся важнейшим ресурсом, которым она владеет наряду с материальными, финансовыми и человеческими. Создание главного продукта и формирование дополнительных услуг и предложений происходят в реальном времени с учетом запросов, реакций и предложений аудитории. В процессе этого используются опросы, горячая линия, прямые звонки, «тест-драйвы» и другие способы получения оперативной обратной связи. Главным принципом обслуживания является клиентоориентированный подход: ведение, информирование и помощь клиенту на всех этапах получения продукта (регистрация, ознакомление, оформление заказа, оплата, получение и обратная связь). Коммуникация с клиентами становится особенностью сервиса с помощью принципов в предоставлении информации: уникальность, живой, генерируемый пользователями контент, оперативность обратной связи, отслеживание тенденций и интересов аудитории, а также комплексное использование инструментов по накоплению информации о клиентах. Направления маркетинга партнерских отношений также могут привлекать партнеров для бизнеса, при условии, что взаимодействие будет построено на доверии друг к другу. Компания

«Ели-худели» ведет открытую деятельность для своих партнеров из других регионов и франчайзи, предоставляя всю актуальную информацию для развития бизнеса, а также свои результаты, подходы и показатели в работе. Упрощая доступ и обмен информацией, компанией создан ряд специальных сайтов под различные задачи и темы для внутрикорпоративной деятельности, повышения скорости работы и показателей эффективности персонала и партнеров.

Основное преимущество данного подхода — это баланс интересов трех главных субъектов рынка: потребителя, общества, производителя; еще точнее — общность ощущений с потребителем, отношение к клиенту, как к самому себе, но с учетом его индивидуальности [1]. Из указанных направлений подхода следуют определения для деятельности и развития бизнеса со стороны его основателей: «продукт, который купили бы сами» и «услуга, которой воспользовались бы сами». Важнейшая особенность подхода – доминирование функции интерактивного маркетинга, в рамках которой потребитель, клиент активно и часто взаимодействует с производственными и маркетинговыми системами, физическими и информационными ресурсами, сотрудниками поставщика товара или услуги на различные темы (ассортимент, цены, коммуникации, способы продаж). Используя маркетинг партнерских отношений, компания сосредоточивает свое внимание на новых технологиях, их совершенствовании, индивидуальных покупателях, масштабах своей деятельности и географическом развитии, на отборе партнеров, переосмыслении традиционных подходов в продвижении и коммуникациях [1]. Данный подход делает упор на длительное взаимодействие, на удержании потребителей против их привлечения, а также на качество. Это позволяет достигать высоких показателей как коммуникативной, так и экономической эффективности компании.

Традиционный комплекс маркетинга недостаточен для построения долгосрочных взаимоотношений с потребителем, поэтому необходимо оперировать современным расширенным комплексом [2]. Основная идея маркетинга партнерских отношений – это создание благоприятной среды функционирования на принципах долговечности

обязательств, взаимоуважения и доверия. Важное значение также приобретают неконфликтные отношения с конкурентами на рынке (сосуществование, сотрудничество и соревнование). Основные принципы данного направления могут изменить подход компаний и предприятий к маркетингу, начиная от работы, которую они осуществляют, технологий, которые используют, товаров, которые производят, и заканчивая структурой, с помощью которой достигают своих целей. Маркетинг партнерских отношений – это стратегическая ориентация и современная философия ведения бизнеса.

Источник: Ковалева, А. В. Маркетинг партнерских отношений в системе формирования бренда / А. В. Ковалева, А. В. Свириденко // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. – 2017. – № 16. – С. 72-77. – EDN WOEOBZ.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Каковы перспективы развития предпринимательских сетей в российской индустрии гостеприимства?
2. Какое определение стратегического альянса Вы считаете предпочтительным? Почему?
3. Какую роль в экономике впечатлений играют социальные сети и онлайн партнерства?

**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. СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА**

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Сетевые формы организации в современном бизнесе

Тема 1.1. Основные подходы и эволюция сетевой концепции в теории менеджмента

3. Цели занятия.

- формирование теоретических знаний о сетевых формах организации в индустрии гостеприимства;
- получение прикладных знаний в области управления сетевыми формами организации деятельности туристских и гостиничных предприятий;
- изучение методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия за счет использования сетевых форм организации деятельности туристского и гостиничного предприятия.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Интеграционные процессы в современной экономике. Понятие квазиинтеграции.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Базовые понятия теории сетей.	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. Охарактеризуйте использование различных видов транспорта в международном и внутреннем туризме в РФ
2. Охарактеризуйте основные особенности известных Вам форм сотрудничества авиакомпаний и турфирм.
3. Перечислите элементы (этапы/звенья) цепочки создания ценности в турбизнесе.

1. Учебная дисциплина. СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Сетевые формы организации в современном бизнесе

Тема 1.2. Типология сетевых форм организации

3. Цели занятия.

- формирование теоретических знаний о сетевых формах организации в индустрии гостеприимства;
- получение прикладных знаний в области управления сетевыми формами организации деятельности туристских и гостиничных предприятий;
- изучение методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия за счет использования сетевых форм организации деятельности туристского и гостиничного предприятия.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Типология сетей. Типы межфирменных сетевых структур.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Сетевые формы бизнеса: создания ценности в современной индустрии гостеприимства и 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. Перечислите элементы гостиничных сетей и их взаимосвязи.
2. Перечислите элементы кластерной политики. Какие существуют формы реализации кластерной политики и объекты ее воздействия?
3. Приведите пример деятельности франчайзинговой сети в России. В чем ее преимущества и недостатки?

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: дискуссия

Перечень тем дискуссии к темам раздела 1:

1. Какое место в современной экономике занимают сетевые формы организации? Чем это обусловлено?
2. Какие теоретические подходы к изучению сетевого взаимодействия Вам известны? Какой подход, на Ваш взгляд, наиболее продуктивен при анализе сетевого взаимодействия в сфере услуг?
3. Что такое квазиинтеграция?
4. Совокупность каких характеристик определяет внутрифирменную сеть? межфирменную сеть?
5. Каковы преимущества и недостатки сетевых структур в сфере услуг по сравнению с другими альтернативами?

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 проponentов, 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 большой интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большого 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

Задания контрольной работы:

Приведите примеры успешного ко-брендинга в индустрии гостеприимства и туризме.

Дайте характеристику: международной классификации гостиниц (британская, немецкая, греческая, французская) и классификации гостиниц в Российской Федерации.

Раскройте основные характеристики гостиничной сети

Цепочка спроса и цепочка предложения в турбизнесе.

Перечислите элементы (этапы/звенья) цепочки создания ценности в турбизнесе.

Приведите примеры российских гостиничных сетей

Содержание контрольной работы:

Обещающемуся представлен перечень вопросов-тем, которые необходимо раскрыть в контрольной работе. Уточнения и согласования происходят с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке.

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 сопровождаемая 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 экзамену не допускаются.

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Сети в гостеприимстве и туризме

Тема 2.1. Гостиничные сети

3. Цели занятия.

- формирование теоретических знаний о сетевых формах организации в индустрии гостеприимства;
- получение прикладных знаний в области управления сетевыми формами организации деятельности туристских и гостиничных предприятий;
- изучение методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия за счет использования сетевых форм организации деятельности туристского и гостиничного предприятия.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие гостиничной сети.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	История создания и развития гостиничных сетей.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Российские и международные гостиничные сети: специфика организации, базовые бизнес-модели и стратегии развития.	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. Приведите пример комплементарности ресурсов и компетенций компаний в гостиничном/ресторанном/туристическом бизнесе.
2. Приведите пример участия потребителя в создании ценности в турбизнесе.
3. Приведите примеры российских гостиничных сетей

1. Учебная дисциплина. СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Сети в гостеприимстве и туризме

Тема 2.2. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе

3. Цели занятия.

- формирование теоретических знаний о сетевых формах организации в индустрии гостеприимства;

- получение прикладных знаний в области управления сетевыми формами организации деятельности туристских и гостиничных предприятий;
- изучение методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия за счет использования сетевых форм организации деятельности туристского и гостиничного предприятия.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	История возникновения и развития ресторанных сетей.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Примеры успешной деятельности ресторанных сетей за рубежом. Сетевые рестораны 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. Приведите примеры успешного ко-брендинга в индустрии гостеприимства и туризме.
2. Раскройте стандарты качества российских гостиничных сетей
3. Цепочка спроса и цепочка предложения в турбизнесе.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: дискуссия

Перечень тем дискуссии к темам раздела 2:

1. По каким признакам можно выстроить типологию межфирменных сетей?
2. Какие существуют источники снижения транзакционных издержек за счет сетевого межфирменного взаимодействия в гостиничном бизнесе?
3. Какие существуют источники повышения качества услуг за счет сетевого межфирменного взаимодействия в гостиничном бизнесе?
4. В чем заключаются конкурентные преимущества сетей в гостиничном/ресторанном/туристическом бизнесе?
5. Какие существуют проблемы сетевого взаимодействия гостиничном/ресторанном/туристическом бизнесе?

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 большого 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

Задания контрольной работы:

Перечислите элементы кластерной политики. Какие существуют формы реализации кластерной политики и объекты ее воздействия?

Какие ассоциации существуют в российской туриндустрии? В чем заключается деятельность этих ассоциаций?

Изменения формирования и развития сетевого бизнеса в условиях современных геополитических реалиях

Какую роль в экономике впечатлений играют социальные сети и онлайн партнерства?

Приведите пример участия потребителя в создании ценности в турбизнесе.

Приведите примеры: международных; национальных и локальных гостиничных сетей

Содержание контрольной работы:

Обещающемуся представлен перечень вопросов-тем, которые необходимо раскрыть в контрольной работе. Уточнения и согласования происходят с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке.

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 сопровождаемая 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 экзамену не допускаются.

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций

Тема 3.1. Туристско-рекреационные кластеры

3. Цели занятия.

- формирование теоретических знаний о сетевых формах организации в индустрии гостеприимства;
- получение прикладных знаний в области управления сетевыми формами организации деятельности туристских и гостиничных предприятий;
- изучение методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия за счет использования сетевых форм организации деятельности туристского и гостиничного предприятия.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Кластер как межорганизационная сеть	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Влияние кластерной политики на конкурентоспособность туристических дестинаций: анализ зарубежного опыта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Проблемы развития туристско-рекреационных кластеров 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. 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.

1. Учебная дисциплина. СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций

Тема 3.2. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в экономике впечатлений

3. Цели занятия.

- формирование теоретических знаний о сетевых формах организации в индустрии гостеприимства;
- получение прикладных знаний в области управления сетевыми формами организации деятельности туристских и гостиничных предприятий;
- изучение методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия за счет использования сетевых форм организации деятельности туристского и гостиничного предприятия.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Маркетинг партнерских отношений. Совместное создание ценности.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Ко-брендинговые альянсы компаний разных секторов индустрии гостеприимства и туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Онлайн партнерства в индустрии 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. Озвучите и проанализируйте определения маркетинга взаимоотношений разных авторов из следующих школ:
 - северо-американская школа
 - английская школа
 - скандинавская школа
2. Почему благотворительность можно отнести к процессу обмена ценностям?
3. Основные принципы маркетинга образовательной организации.
4. В чем смысл маркетинг-партнерских отношений? Какое отношение это имеет к благотворительности?
5. Как вы можете охарактеризовать внутренний маркетинг? Какое отношение это имеет к благотворительности?

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: дискуссия

Перечень тем дискуссии к темам раздела 3:

1. Каковы причины возникновения сетей в сфере услуг?
2. Совокупность каких характеристик определяет внутрифирменную сеть? межфирменную сеть?
3. Раскройте понятие «внутренние сети предприятия»
4. Каковы преимущества и недостатки сетевых структур в сфере услуг по сравнению с другими альтернативами?
5. По каким признакам можно выстроить типологию межфирменных сетей?

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 проponentов, 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 большой интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большого 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

Задания контрольной работы:

Какие меры государственной политики могут способствовать росту отдачи от сетевых форм организации бизнеса в индустрии гостеприимства?

Раскройте преимущества сетевых гостиничных предприятия имеют перед одиночными средствами размещения

Раскройте стандарты качества российских гостиничных сетей

Каковы перспективы развития предпринимательских сетей в российской индустрии гостеприимства?

Какова цель деятельности бизнес ассоциаций в туриндустрии? В чем причины эффективности или неэффективности их деятельности?

Франчайзинг - эффективный способ формирования гостиничных сетей: раскройте понятие приведите примеры

Содержание контрольной работы:

Обещающемуся представлен перечень вопросов-тем, которые необходимо раскрыть в контрольной работе. Уточнения и согласования происходят с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке.

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 сопровождаемая 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 экзамену не допускаются.

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Раздел 1. Сетевые формы организации в современном бизнесе

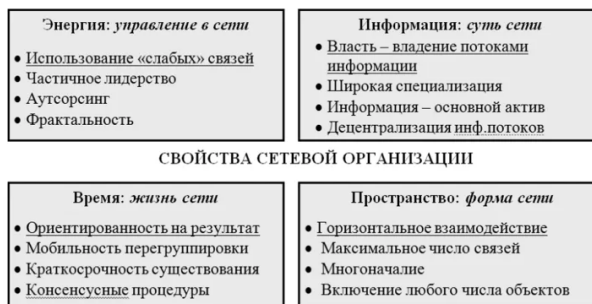
Тема 1.1. Основные подходы и эволюция сетевой концепции в теории менеджмента

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Тема 1.2. Типология сетевых форм организации

Иллюстрации:



<https://studref.com/htm/img/13/9620/5.png>

Раздел 2. Сети в гостеприимстве и туризме

Тема 2.1. Гостиничные сети

Иллюстрации:

Крупнейшие сети отелей в мире

Бренды, отели, номерной фонд, финансовый результат



<https://cdn.forbes.ru/sites/default/files/users/user12852/networks2.jpg>

Тема 2.2. Сетевые формы организации в ресторанном бизнесе

Иллюстрации:

Таблица 1 - Классификация сетевых структур в ресторанном бизнесе

Классификационный признак	Разновидность сетевых предпринимательских структур в ресторанном бизнесе
Количество субъектов хозяйствования	Малые сети предприятий общественного питания (до десяти предпринимательских единиц); Средние сети предприятий общественного питания (десять – двадцать предпринимательских единиц); Крупные сети предприятий общественного питания (свыше двадцати предпринимательских единиц)
Территориальное размещение/география распространения	Локальные; региональные; межрегиональные; национальные; межнациональные; глобальные сети;
Время основания	XIX век, XX век, 20 – е гг., 30-е гг., 40-е гг....
Страна основания	США, Швейцария, Россия...
Размер фирм- участниц	Состоящие из крупных компаний; Состоящие из малых предприятий; Смешанные;
Однородность или неоднородность входящих в состав бизнес - структур	Гомогенные (только предприятия общественного питания); Гетерогенные (предприятия общественного питания и другие);
Степень диверсификации предлагаемых продуктов	Предложение продукта в рамках концепции одного бренда (моноформатные проекты); Предложение продукта в рамках нескольких концепций (мультиформатные предприятия);
Тип заведений, формирующих сеть	Кафе, бары, рестораны, столовые, закусочные, кофейня, кафетерий, предприятие быстрого обслуживания, буфет, магазин кулинарии и т.д.
Реализуемая товарная группа	Пицца, чизбургер, бифштексы, дары моря, шаверма...
Вид кухни	Американская, итальянская, немецкая, мексиканская...
Концепция	Концепция «монопродукта»; концепция «драйв-ин» ; концепция «рестораны фуд-корта», тематические концепции и т.д.
Метод обслуживания	Сети, на предприятиях, которых посетители обслуживаются официантами; Сети, где применимо самообслуживание; Сети, где действует смешанная схема обслуживания.
Степень полноты технологического цикла	С самостоятельным выпуском обеденной продукции, организацией его потребления и реализацией (полный цикл производства); С использованием полуфабрикатов и готовых блюд (неполный цикл производства).
Объем и характер услуг	Сети, предлагающие только питание; Сети, предоставляющие помимо услуг питания целый ряд дополнительных услуг;
Режим работы	С ограниченным графиком работы; Круглосуточные; Смешанная схема работы
Уровень мобильности	Передвижные сетевые предприятия общественного питания; Стационарные сетевые предприятия общественного питания; Смешанные сетевые предприятия общественного питания.
Тип собственности сети предприятий общественного питания	Государственная; Частная; Государственно – частные партнерства («Интурист» РФ).
Тип собственности рабочих помещений	Частная собственность (самостоятельно возводимые объекты размещения, приобретенные в собственность); Аренда; И частная, и арендованная.

Принцип подбора помещения	«Работа от концепции», «Работа от цены»
Сегмент потребителей	С низким уровнем достатка; Средним уровнем достатка; Высоким уровнем достатка.
Вид сетевой предпринимательской структуры в сфере общественного питания	Консорциум; холдинг, конгломерат; ресторанный группа; франчайзинговая сеть; ассоциация (союз), альянс; моноконцептуальные и мультиконцептуальные дивизиональные сети; смешанная форма; децентрализованная и централизованная сеть ресторанов по отношению к поставщикам.
Степень жесткости сети (как управляемой системы)	Мягкие сети (союзы), средние сети (франчайзинговые сети), жесткие (управляемые по контракту)
Условия вхождения в сеть	Полноправное членство; Ассоциированное членство (референциальные сети).
Тип управления	Опосредованное управление (например, при франчайзинге); Самостоятельное управление (управляет собственник, либо собственная управляющая) компания;
Степень интеграции	Интегрированные сети (сети из однородных ресторанных предприятий); Независимые сети (сети из независимых предприятий общественного питания на основании консорциума, референциальные сети)

Источник: <https://mognovse.ru/thg-formirovanie-i-razvitie-setevih-struktur-v-restorannom-biz-stranica-2.html>

	Этап 1. Описание исследуемых ресторанных сетей в соответствии с признаками авторской классификации сетевых ресторанных структур
	Этап 2. Расчет показателей финансово – хозяйственной деятельности каждой из исследуемых ресторанных сетей
	Этап 3. Изображение ресторанных сетей в виде графов и расчет показателей, характеризующих их структурные свойства
	Этап 4. Ранжирование по значимости показателей финансово – хозяйственной деятельности ресторанной сети и определение их весовых значений
	Этап 5. Ранжирование по значимости показателей, отражающих структурные свойства ресторанной сети, и определение их весовых значений
	Этап 6. Расчет средних оценок показателей результатов анализа финансово – хозяйственной деятельности ресторанных сетевых структур
	Этап 7. Расчет средних оценок показателей результатов институционального анализа сетевых ресторанных структур
	Этап 8. Перенесение итоговых данных в сводную таблицу
	Этап 9. Построение диаграммы, отражающей конкурентные позиции исследуемых ресторанных сетей
	Этап 10. Общая оценка результатов анализа, определение лидера и аутайдера исследуемого рынка

Рисунок 1 – Схема методики определения относительной конкурентоспособности сетевых ресторанных структур. *Источник: <https://mognovse.ru/thg-formirovanie-i-razvitie-setevih-struktur-v-restorannom-biz-stranica-2.html>*

Раздел 3. Возможности сетевого подхода в развитии туристических дестинаций

Тема 3.1. Туристско-рекреационные кластеры

Иллюстрации:



<https://s3.centeragency.org/centeragency/uploads/5f0/c3e/799/artboard1copy%402x-100-1.jpg>

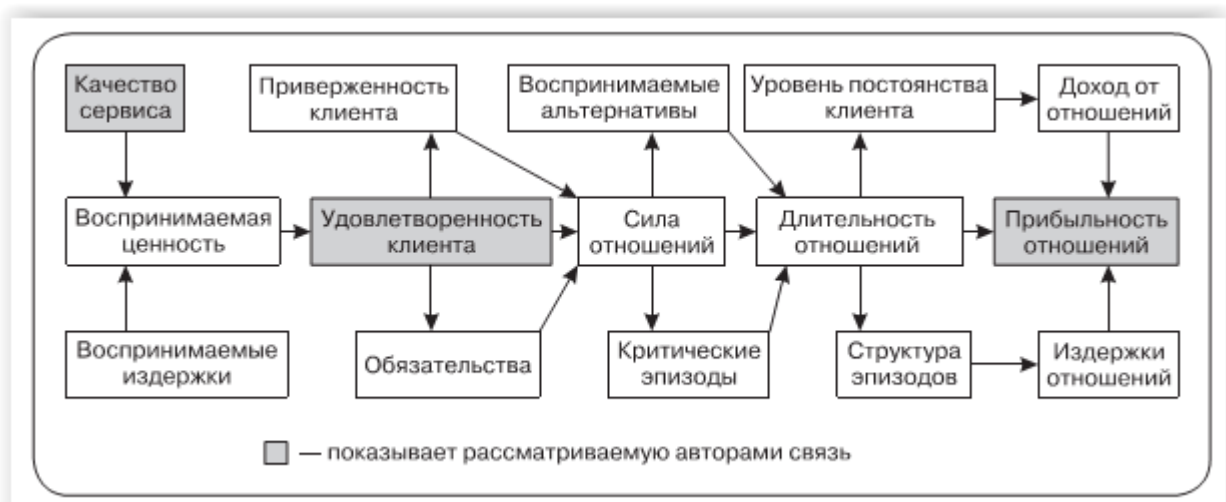
Тема 3.2. Маркетинг партнерских отношений и совместный брендинг в экономике впечатлений

Иллюстрации:

Общая схема использования CRM-системы для построения отношений с клиентом



<https://marketing-course.ru/marketing-vzaimootnosheniy/?ysclid=lh6unggvga686100904>



<https://marketing-course.ru/marketing-vzaimootnosheniy/?ysclid=lh6ungvga686100904>

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива (институт) на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 556 от 15.06.2017.	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__-__-__
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__-__-__
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20__ года	__-__-__



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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

политических и социальных наук

Е.А. Петрова

«26» апреля 2023 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
РЕАЛИЗАЦИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В ИНКЛЮЗИВНОМ ОБРАЗОВАНИИ**

**Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»**

**Направленность
«Государственное регулирование в сфере туризма»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
МАГИСТРАТУРЫ**

**Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная**

Москва, 2023 г.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Реализация возможностей в инклюзивном образовании» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017 гг № 556, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Реализация возможностей в инклюзивном образовании» разработаны рабочей группой в составе: заведующего кафедрой инклюзивных социальных групп, кандидата педагогических наук, В.В. Сазоновой.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры инклюзивных социальных групп, Протокол № 10 от «11» апреля 2023г.

Заведующий кафедрой
Инклюзивных социальных групп
кандидат педагогических наук

В.В. Сазонова

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Реализация возможностей в инклюзивном образовании» рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Региональная благотворительная
общественная организация «Центр
лечебной педагогики»

И.С. Двукраева

(подпись)

ГБОУ Школа 2031, учитель-
дефектолог и куратор службы
психолого-педагогического
сопровождения

О.Б. Дудко

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Реализация возможностей в инклюзивном образовании» рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Кандидат педагогических наук,
и.о. заведующего кафедрой
специальной педагогики и
инклюзивного образования
ФГБУ «Государственный
университет просвещения»)

А.С. Семенова

(подпись)

Доктор психологических наук,
профессор кафедры инклюзивных
социальных групп РГСУ

С.Н. Сорокоумова

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	15
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	24
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	24
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	25
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	26
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю) «Реализация возможностей в инклюзивном обществе». Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	27
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	27
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю) «Реализация возможностей в инклюзивном обществе». Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	38
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	38
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	53

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 включает 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. Человек с инвалидностью как объект реализации возможностей в инклюзивном обществе	
Тема 1.1. Принципы взаимодействия в инклюзивном обществе.	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. Принципы коррекционной, образовательной и воспитательной деятельности в работе с детьми с ограниченными возможностями здоровья и детьми-инвалидами
Тема 1.2. Проблемы и ресурсы лиц с ограниченными возможностями здоровья.	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.
РАЗДЕЛ 2. Нормативно-правовое регулирование формирования инклюзивного общества	
Тема 2.1. Нормативно-правовые основания реализации возможностей в инклюзивном обществе	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. Создание условий для получения образования детьми с ограниченными возможностями здоровья и детьми-инвалидами. Документы РФ по инклюзивному образованию
Тема 2.2. Средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг	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- 2003 «Средства отображения информации знаковые для инвалидов»; ГОСТ Р 51671-2000. «Средства связи и информации технические общего пользования, доступные для инвалидов. Классификация. Требования доступности и безопасности»; ГОСТ Р 52875- 2007 «Устройства опорные стационарные реабилитационные. Типы и технические требования». Технические средства, используемые на входе (входах) в здание. Технические средства, используемые на пути (путях) движения внутри здания (в т.ч. путях эвакуации). Технические средства, используемые в зоне целевого назначения здания (целевого посещения объекта). Технические средства, используемые в санитарно-гигиенических помещениях. Технические средства, используемые для создания системы информации на объекте (устройства и средства информации и связи и их системы.

1.2. 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 степенью 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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством 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 ставится 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 фантастических. 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. Человек с инвалидностью как объект реализации возможностей в инклюзивном обществе.

Тема 1.1. Проблемы и ресурсы лиц с различными заболеваниями.

Вопросы для самоподготовки:

1. Выделите социальные и психологические проблемы людей с инвалидностью.
2. Отношение общества к инвалидам.
3. Отношение инвалидов к обществу.
4. Назовите пространственно-средовые барьеры в окружающей среде.
5. Кто относится к категории малой и мобильной обильных групп населения (МГН)?
6. Определите соотношение понятий «универсальный дизайн» и «разумное приспособление».

Тема 1.2. Принципы взаимодействия в инклюзивном обществе.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные нормативно-правовые акты, предусматривающие регулирование параметров установки элементов безбарьерной среды.
2. Назовите основные структурно-функциональные зоны и элементы зданий и сооружений, подлежащие адаптации для инвалидов и других МГН

РАЗДЕЛ 2 Нормативно-правовое регулирование формирования инклюзивного общества.

Тема 2.1. Нормативно-правовые основания реализации возможностей в инклюзивном обществе.

Вопросы для самоподготовки:

1. Законодательные акты Российской Федерации, содержащие основные права людей с инвалидностью.
2. Динамика изменений госпрограммы «Доступная среда» с 2011 по настоящее время. Какие показатели, блоки изменились? Чем это объяснить?

Тема 2.2. Средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг в инклюзивном обществе.

Вопросы для самоподготовки:

1. Раскройте такие параметры доступности как досягаемость, безопасность, информативность, комфортность.
2. Назовите основные знаки, пиктограммы, которые используются в рамках организации доступной среды для создания системы информации.
3. Соотнесите понятия «технические средства реабилитации» и «технические средства обеспечения доступности». Можно ли их употреблять как синонимичные?

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

РАЗДЕЛ 1. Человек с инвалидностью как объект реализации возможностей в инклюзивном обществе.

Тема 1.1. Проблемы и ресурсы лиц с различными заболеваниями.

Инклюзивное образование предусматривает не только активное включение и участие детей и подростков с ограниченными возможностями в образовательный 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.

Трудности внедрения инклюзивного образования

- Дети с ОВЗ и родители. Очевидна значимость барьеров «архитектурного» окружения ученика — физическая недоступность окружающей среды
- Еще более значимыми трудностями оказываются «барьеры», возникающие во взаимоотношениях людей.



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.

Существующие барьеры:

- Дети с особыми образовательными потребностями часто признаются необучаемыми;
- Большинство учителей и директоров массовых школ недостаточно знают о проблемах инвалидности и не готовы к включению детей-инвалидов в процесс обучения в классах;
- Родители детей инвалидов не знают, как отстаивать права детей на образование и испытывают страх перед системой образования и социальной поддержки;
- Архитектурная недоступность школ, учреждений.



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.

Основополагающий принцип инклюзивного образования – *все люди должны иметь возможность учиться вместе, независимо от каких-либо трудностей, имеющих 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.

Основные принципы работы

- Обязательное согласие родителей.
- Готовность педагогов к работе с детьми в условиях интеграции и инклюзии;
- Специально организованная среда.
- Предварительное знакомство детей до начала процесса интеграции;
- Индивидуальные образовательные маршруты и задания, адекватные возможностям детей;
- Постоянный мониторинг достижений ребенка.

Тема 2.1. Нормативно-правовые основания реализации возможностей в инклюзивном обществе.

Нормативно-правовое обеспечение образовательного и воспитательного процесса.

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.

Условия инклюзивного образования

Нормативно-правовое обеспечение образовательного и воспитательного процесса.

- ❖ **Наличие доступной сети образовательных учреждений**- реализация этого общего условия позволяет обеспечить для ребенка максимально адекватный при его особенностях развития образовательный маршрут;
- ❖ **Финансово-экономические условия.**



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 конкретно специфических и индивидуально-ориентированных образовательных условий получения образования и социализации различных категорий детей с ОВЗ, включаемых в инклюзивную образовательную практику.

Условия инклюзивного образования

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.



Тема 2.2. Средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг.

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Реализация возможностей в инклюзивном обществе» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа.

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

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 в области медицины 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. 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, насколько осознанно 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 x 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 сверху 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 окончании 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.

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 лекциях или семинарских 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.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

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.

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.

Презентация

Методические материалы к презентациям

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.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.

2. Правильность оформления титульного слайда.

3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.

5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

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 частности, 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.

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 недостаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но недостаточно 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.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом с оценкой. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к зачету с оценкой, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете с оценкой 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.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае не ликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам магистратуры в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для **зачета с оценкой**.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю) «Реализация возможностей в инклюзивном обществе». Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Реализация возможностей в инклюзивном обществе.
2. Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект реализации возможностей в инклюзивном обществе.
Тема 1.1. Проблемы и ресурсы лиц с ограниченными возможностями здоровья.
3. Цели занятия: сформировать представление о человеке с ограниченными возможностями и инвалидностью, как субъекта современного общества; сформулировать основные проблемы, связанные с человеком ОВЗ и социумом.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Современное общество и его отношение к лицам с ОВЗ и инвалидностью. Инклюзивное образование: подходы, понятия, ценности. Медицинская и социальная модели инклюзии. Психологические проблемы, препятствующие инклюзии и социализации людей с ОВЗ в общество.	Словесные (слово педагога, беседа, объяснение), ТСО (проектор, компьютер, интерактивная доска).

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)

1.1. Проблемы и ресурсы лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Текст лекции (ссылка для расширенного доступа по всем лекционным и практическим занятиям <http://www.perspektiva-inva.ru/index.php?id=308>)

«Образование – право каждого человека, имеющее огромное значение и потенциал. На образовании строятся принципы свободы, демократии и устойчивого развития... нет ничего более важного, никакой другой миссии, кроме образования для всех...» (Кофи Аннан).

Государствам следует признавать принцип равных возможностей в области начального, среднего и высшего образования для детей, молодежи и взрослых, имеющих инвалидность, в интегрированных структурах. Они обязаны обеспечивать включение, образования инвалидов в качестве неотъемлемой части в систему общего образования. Правило 6 Стандартных правил ООН по обеспечению равных возможностей для людей с ограничениями здоровья.

«Образование детей с особыми потребностями является одной из основных задач для страны. Это необходимое условие создания действительно инклюзивного общества, где каждый сможет чувствовать причастность и востребованность своих действий. Мы обязаны дать возможность каждому ребенку, независимо от его потребностей и других обстоятельств, полностью реализовать свой потенциал, приносить пользу обществу и стать полноценным его членом» (Дэвид Бланкет).

Проблемы инклюзивного образования детей с ограниченными возможностями здоровья (далее - ОВЗ) и детей-инвалидов в последнее время достаточно широко обсуждаются в нашей стране и за рубежом учеными, управленцами, психологами, учителями-практиками, родителями, а также учащимися, поскольку эти проблемы уже не являются дискуссионными.

Для ребенка, имеющего различные нарушения в развитии, получение определенного уровня общего образования, (так называемого цензового образования) является очень важным для того, чтобы можно было продолжить обучение либо в системе профессионального образования, либо ВУЗах, что позволит ему повысить уровень конкурентоспособности на рынке труда.

Утверждение приоритета общечеловеческих ценностей в общественном сознании, прежде всего, связано с новым отношением к детям с проблемами в развитии, с решением вопросов их социализации и интеграции.

В настоящее время одной из наиболее актуальных проблем развития системы образования является расширение возможностей инклюзивного обучения детей с отклонениями в развитии. От ее решения во многом зависит судьба таких детей, которые должны войти в жизнь полноправными членами общества, способными самостоятельно решать проблемы самоактуализации. Это обусловлено, с одной стороны, демократизацией всех сторон жизни общества, а с другой - поиском оптимальных условий абилитации и реабилитации детей с ОВЗ и инвалидностью.

Инклюзивное образование является закономерным этапом развития системы общего и специального образования, оно предполагает обеспечение равного доступа обучающихся к образованию с учетом разнообразия особых образовательных потребностей (ООП) и индивидуальных возможностей.

Еще Л.С. Выготский указывал, что при всех достоинствах наша коррекционная школа отличается тем основным недостатком, что она замыкает своего воспитанника - ребенка с различной сенсорной недостаточностью, с ограниченными интеллектуальными возможностями в узкий круг школьного коллектива, создает замкнутый мир, в котором все приспособлено к дефекту ребенка, все фиксирует его внимание на своем недостатке и не вводит в настоящую жизнь. Исходя из этого, ученый считал, что задачами воспитания ребенка с нарушениями развития являются его интеграция в жизнь и осуществление компенсации недостатков путем активизации деятельности его сохранных анализаторов.

Целью инклюзивного образования является создание равного доступа к образованию детям с нормативным развитием и детям с физическими, сенсорными, интеллектуальными отклонениями для активного включения их в жизнь общества. Возможность активного участия существенно повышается, когда такие дети общаются с нормальными детьми, когда обеспечивается им возможность вести нормальный образ жизни, пользоваться образовательными услугами разного уровня (дошкольного, начального, основного, среднего, среднего профессионального, высшего), всеми достижениями культуры и формами отдыха. Такое понимание цели интеграции в системе образования выдвигает перед обществом необходимость предоставить оптимальные условия для воспитания детей с проблемами в развитии уже в период их дошкольного детства.

Инклюзивное образование: подходы, понятия, ценности

Инклюзивный подход предполагает понимание различных образовательных потребностей детей и предоставление услуг в соответствии с этими потребностями через более полное участие в образовательном процессе, привлечение общественности и устранение сегрегации и дискриминации в образовании.

Медицинская и социальная модели инвалидности

До настоящего момента мы фокусировали внимание на определениях инвалидности и особых образовательных потребностей, и их идентификации, а также на законодательно закрепленных обязательствах школ и других образовательных учреждений. Однако главная задача состоит в том, чтобы сделать все школы и учреждения более дружелюбными по отношению к детям с ограниченными возможностями. Одно из главных направлений деятельности на этом пути – устранение всевозможных барьеров в образовании, основывается на социальном подходе к инвалидности. На сегодняшний день существует две модели инвалидности, часто применяемые на практике.

Медицинская модель определяет инвалидность через наличие нарушений здоровья, имеющихся у ребенка. Основное направление деятельности в рамках медицинской модели – минимизация нарушений через медицинское вмешательство и терапию.

В рамках социальной модели люди с инвалидностью – это тоже люди с нарушениями, однако они являются инвалидами из-за существующих в обществе физических, организационных или отношенческих барьеров, предрассудков и стереотипов.

Социальная модель пропагандирует равноправие всех детей и предоставление всем равных возможностей при получении образования, следовательно, для устранения барьеров должны меняться школы и образовательные учреждения, обеспечивая равные права и возможности для всех. Ранее существовала и еще одна модель инвалидности, иногда характеризуемая как традиционный подход. В рамках такого подхода наличие инвалидности рассматривалось как некое «проклятье» или «наказание» инвалидов или их родителей, согрешивших или делающих что-то «не так, как нужно». Инвалидность рассматривалась как форма колдовства, магии или божественного провидения. Подобные идеи сегодня отражаются во многих стереотипах относительно людей с инвалидностью, которые проявляются в литературе, искусстве и средствах массовой информации.

Медицинский подход к инвалидности

В рамках медицинского подхода ребенок с инвалидностью – это проблема. В прошлом дети с ограниченными возможностями рассматривались исключительно через призму их нарушения, подвергались обязательному «лечению», институционализации и изоляции от остального общества. Иногда у таких детей даже отнималось их право на жизнь. Сегодня высокотехнологичные решения, лекарства и методы терапии носят куда более конструктивный характер, к примеру, слуховые аппараты для людей с нарушениями слуха.

От детей с инвалидностью в рамках модели ожидается приспособление к существующей среде и обществу. Зачастую забывается о том, что у детей-инвалидов также есть их права человека, в частности права быть принятыми такими, какие они есть и право на получение дошкольного и школьного образования. Зачастую их пытаются интегрировать в существующую среду (не путать интеграцию и инклюзию). При такой «интеграции» проблема все еще рассматривается внутри ребенка, а не в школе или детском саду, который этот ребенок посещает. Если ребенок не может выполнять некое функциональное действие из-за своего нарушения, проблема вновь ищется не в том, как организованно это действие и как его лучше организовать, а в самом ребенке, который не может это действие произвести. Ребенок фактически вбрасывается в школу или учреждение, где тратится много сил и времени на адаптацию к существующей среде и обществу, чтобы позволить ему наравне с другими участвовать в жизни школы.

В рамках инклюзивного подхода каждая школа или учреждение еще на этапе планирования своей деятельности, образовательных программ и т.д. учитывает ожидаемые возможные потребности всех учеников с их индивидуальными потребностями. Именно такого подхода требует от школ закон о дискриминации инвалидов и другие действующие законы.

При применении медицинского подхода родители часто получают искаженную информацию от медицинских работников, докторов, социальных работников и психологов о реальных возможностях своего ребенка и о наиболее подходящем для него способе получения образования. Причем наиболее вероятная рекомендация состоит в обучении ребенка в специализированной школе, детском саду или обучении его на дому, и родители часто принимают такие рекомендации. Основой данного подхода является сложившаяся практика в медицине, в которой существует некое «нормальное» состояние, и любые отклонения рассматриваются как девиации или патологии. Это слабо соответствует реальности, когда некоторые нарушения фактически являются нормой. Тем не менее, из-за существующих общепринятых принципов каждый старается соответствовать «норме» и при возможности тщательно скрывать свои нарушения. Нарушения могут сокращать жизнь людей, которые их имеют, и могут ограничивать круг того, что эти люди могут делать. Нарушения могут причинять значительную боль и неудобство, но они не должны определять жизнь ребенка с

инвалидностью. Мы застряли и зациклились на медицинской модели, если нарушения определяют дальнейшую жизнь ребенка.

МЕДИЦИНСКАЯ МОДЕЛЬ	СОЦИАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ
Ребенок несовершенно	Каждый ребенок ценен и принимается таким, какой он есть
Диагноз	Сильные стороны и потребности, определяемые самим ребенком и его окружением
Вешание ярлыков	Определение барьеров и решение проблем
Нарушение становится центром внимания	Проведение мероприятий, нацеленных на результат
Оценка потребностей, мониторинг, терапия нарушений	Доступность стандартных услуг с использованием дополнительных ресурсов
Сегрегация и предоставление отдельных, особых услуг	Подготовка и обучение родителей и специалистов
Ординарные потребности откладываются	«выращивание» отношений между людьми
Восстановление в случае более или менее нормального состояния, иначе сегрегация	Различия приветствуются и принимаются. Инклюзия каждого ребенка.
Общество остается неизменным	Сообщество развивается

Социальная модель инвалидности

Если бы мы задумались о том, что каждый ребенок имеет право быть принятым таким, какой он есть и право посещать ближайшую к дому школу или детский сад, мы бы стали думать «что не так» со школой и какие сильные стороны есть у каждого ребенка. Этот образ мышления отвечает социальной модели инвалидности, которая рассматривает барьеры, существующие в обществе и не позволяющие ребенку наравне участвовать в его жизни как основную причину, делающую ребенка инвалидом. Социальная модель основывается на абсолютно разных определениях нарушения и инвалидности.

«Нарушение – это потеря или повреждение физической, ментальной или интеллектуальной функции на долгое время или навсегда»

«Инвалидность – это потеря или ограничение возможностей нормальной жизни в обществе на равных с остальными его членами из-за физических или отношенческих барьеров». Нарушения и серьезные заболевания существовали и будут существовать всегда, зачастую они доставляют нам массу неприятностей и затрудняют нормальную жизнедеятельность. Общественное движение за права инвалидов, организованное самими инвалидами и всеми, кто их поддерживает, основывалось на том, что инвалиды подавляются остальным обществом независимо от наличия того или иного нарушения. Они считают, что позиция по отношению к инвалидности и направленная на них дискриминация является заслугой общества. Это не имеет никакого отношения к наличию нарушений здоровья. Зачастую каждый человек с инвалидностью чувствует, как будто это его вина, что он выглядит не так, как все или чем-либо от всех отличается. Все отличия заключаются в том, что некоторые части тела или ум несколько ограничены в способностях. Это является нарушением. Однако ЭТО НЕ ДЕЛАЕТ ИЗ НАС НЕЛЮДЕЙ. К сожалению, большинство людей не могут принять нас такими, какие мы есть. Это ваш страх, невежество, незнание, предрассудки, стереотипы, барьеры и дискриминация делает нас инвалидами.

Понимание и принятие социального подхода к инвалидности позволяет повышать самооценку людей с инвалидностью и дает им второе дыхание в их борьбе за равные права и возможности. Этот процесс повышение самооценки и активности инвалидов должен начинаться с ранних лет. Родители, учителя, доктора и все остальные, кто общается с ребенком в раннем возрасте, должны понять и принять эту модель. Родители и учителя зачастую чувствуют себя неловко рядом с ребенком с ограниченными возможностями. Они, безусловно, получают много пользы от тренингов по пониманию инвалидности. Такие тренинги

позволяют людям лучше понять проблемы инвалидности, чувствовать себя комфортно рядом с людьми с инвалидностью и проводятся также людьми с инвалидностью. Непомерное желание и концентрация на поиске способов излечить человека от его нарушений заставляет нас забывать и меньше ценить многообразие и непохожесть людей. Такой подход имеет огромное значение для системы образования, в особенности для начальных и средних школ. Предвзятости по отношению к людям с инвалидностью и, точно так же, к многим другим меньшинствам, не передаются по наследству. Они обретаются людьми после столкновения с безразличием, и предвзятостями других людей. Следовательно, чтобы избавиться от дискриминации, мы должны начать с нашей системы образования.

Борьба за инклюзию абсолютно всех детей, включая детей с «глубокими» нарушениями в одну, единую для всех и одинаково доступную и приветливую систему образования невозможна до того, как все мы поймем различия в двух подходах к пониманию инвалидности – медицинском и социальном.

Медицинский подход к инвалидности



Люди с инвалидностью – пассивные получатели минимума услуг, удовлетворяющих базовые потребности

Социальная модель инвалидности



Люди с инвалидностью активно борются за равные права и возможности

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео и т. д.
 Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

Вопросы для обсуждения и задания

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. 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.

Тема 1.2. Принципы взаимодействия в инклюзивном обществе.

3. Цели занятия: рассмотреть классификации и типологические особенности лиц с ОВЗ, перечислить принципы взаимодействия, коррекционной, образовательной и воспитательной деятельности в работе с детьми с ограниченными возможностями здоровья.

4. Структура лекционного занятия.

Текст лекции.

Примеры, иллюстрации, демонстрация презентации «Классификации лиц с различными нарушениями в развитии».

Взаимодействие с аудиторией (вопросы, вкрапленные задания, активное резюмирование, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
2.	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. Принципы коррекционной, образовательной и воспитательной деятельности в работе с детьми с ограниченными возможностями здоровья.	Словесные (слово педагога, беседа, объяснение), ТСО (проектор, компьютер, интерактивная доска).

5.Содержание лекции

Принципы коррекционной, образовательной и воспитательной деятельности в работе с детьми с ограниченными возможностями здоровья и детьми-инвалидами

Начиная рассматривать принципы как важнейшие теоретические и методологические положения образования детей с ООП, обратим внимание на то, что все они так или иначе связаны с именем Л.С. Выготского.

Одним из основных принципиальных положений, разработанных Л.С. Выготским, является положение о том, что **объектом для дефектологии является не дефект, а личность аномального ребенка.**

Приступая к рассмотрению данного принципа, необходимо отметить следующее. Как известно, в научно-исследовательской работе под «объектом» принято понимать часть объективной реальности, изучаемую в конкретном исследовании, и, как правило, в психолого-педагогическом исследовании под «объектом» чаще всего понимается педагогический процесс (В.И. Загвязинский, 2006). Л.С. Выготский под «объектом» понимал личность аномального ребенка, что вполне современно.

Ссылаясь на Н.М. Назарову (2020), в специальной педагогике ребенок является субъектом коррекционно-образовательного процесса, тогда словосочетание «личность аномального ребенка», очевидно, может выступить «объектом для дефектологии», поскольку с 20—30-х годов прошлого столетия «дефектология» является комплексной наукой, включающей в себя специальную психологию, специальную педагогику и медицину.

Раскрывая далее сущность данного теоретического положения, следует подчеркнуть то, что до начала XX века усилия ученых и практиков были сосредоточены на работе с имеющимся дефектом у ребенка, его изучении, анализе, коррекции, и только, как мы уже говорили, Г.Я. Трошин обратил внимание на необходимость работы непосредственно с ребенком, его личностными (как мы сказали бы сегодня) характеристиками. Л.С. Выготский более ярко и точно выразил и сформулировал эту идею в рассматриваемом нами принципе, добавив термин «личность», в то время далеко еще не раскрытый, слабо обоснованный, редко встречавшийся, поэтому есть все основания считать это теоретическое положение весьма значимым, поскольку в контексте теории структуры дефекта он приобретает бесценное значение и вот почему. Следуя данному принципу, учитель-дефектолог, учитель-логопед или специальный психолог (объединим эти термины в один условный — дефектолог), зная о наличии конкретного дефекта у ребенка, а также о его локализации, должен обратить особое внимание на личностные качества ребенка и их характеристики, нарушенные высшие психические функции, особенности его познавательной деятельности, поведенческие особенности и, основываясь на таком комплексном знании о наличии вторичных и третичных нарушений, выстраивать коррекционно-образовательную и воспитательную работу с ребенком. Строя как-то иначе свою деятельность, педагогу или психологу вряд ли удастся достичь серьезных успехов в социализации ребенка.

Другим, не менее важным принципом является **принцип коррекции нарушенных функций на основе развития сохранных.** Суть данного принципа заключается в следующем. У ребенка с ограниченными возможностями имеются как нарушенные, так и сохранные функции. Если дефектолог сосредоточит свое внимание только на работе с нарушенными функциями, пытаясь их корригировать и при этом не обращая внимания на имеющиеся у ребенка сохранные возможности, серьезного успеха он добиться не сможет. Кстати, говоря об изучении личностных особенностей развития ребенка, педагоги, психологи совершают порой принципиальную методическую ошибку, заключающуюся в том, что при обследовании ребенка они выявляют только какие-либо нарушения, не обращая внимания при этом на необходимость выявления сохранных возможностей, на основе которых впоследствии предстоит строить коррекционную работу. Выражая основную мысль рассматриваемого принципа и названному так Л.С. Выготским «обходному пути» коррекции нарушенных функций и развития ребенка, суть которого и заключается в поиске сохранных возможностей, их развитии и формировании, что в конечном итоге будет способствовать уменьшению влияния нарушенных функций на уровень его социализации, будет способствовать сглаживанию или даже ликвидации дефекта.

Основываясь на вышесказанном, следует подчеркнуть то, что педагог должен кроме выявленных нарушенных функций обязательно отыскать сохранные и, основываясь на них, проводить коррекционно-образовательную или коррекционно-воспитательную деятельность с ребенком с целью достижения максимально возможного результата его социализации.

Сущность следующего принципа, **принципа приоритетного развития высших психических функций**, заключается в следующем. Психологами определены шесть основных высших психических функций у человека: мышление, речь, память, внимание, воображение и восприятие. Достаточный уровень их развития позволяет человеку, руководствуясь здравым смыслом, управлять собой, на известном уровне управлять природой, создавать технические и социальные системы и управлять ими. Все функции очень тесно взаимосвязаны между собой, и ни одна из них не может отсутствовать, поскольку нарушится система взаимодействия, разумная жизнь в обществе.

Установлено, что у детей с ограниченными возможностями часто бывают нарушенными различные высшие психические функции и в силу этого, можно предположить, что нарушение любой высшей психической функции отразится так или иначе на каждой из них. Например, нарушение зрительного или слухового восприятия повлечет за собой неточную или неполную характеристику объекта восприятия, неверное о нем представление, что отразится и в мыслительной деятельности, искаженными окажутся функции памяти, внимания, т.е. по существу в работе высших психических функций произойдет некий «сбой», по объективной оценке, состояния объекта, явления или создания его образа. А поскольку это так, то при изучении степени развития и адекватности той или иной высшей психической функции необходимо выяснять — насколько она нарушена, в чем конкретно, как выстроить коррекционную работу по улучшению ее функционирования.

Достаточная степень развития высших психических функций, как мы указывали выше, позволяет человеку управлять многими процессами и явлениями, в том числе своим развитием и формированием жизненно важных функций.

Человека делает Человеком возможность управлять своими функциями как биологическими, так и психическими, как высшими, так и низшими. Кроме всего прочего, развитие высших психических функций позволяет человеку развиваться как в физиологическом, так и в социальном аспекте, поэтому основой человеческого развития, по мнению Л.С. Выготского, должно стать развитие высших психических функций, причем, по его глубокому убеждению, их формирование должно занять приоритетную позицию и только тогда человек научится управлять своими и высшими и низшими психическими функциями (эмоциями), и биологическими функциями, а это позволит ему развиваться, формировать свой уровень социализации, быть активным и достойным членом общества.

Зона ближайшего развития является одним из важнейших принципов в структуре методологического обоснования системы образования детей с особыми образовательными потребностями (ООП), используемый не только в работе с детьми с проблемами в развитии, но и обычными детьми физиологической нормы. При его изучении важно помнить о трех основных моментах, достаточно полно его характеризующих. Это зона актуального развития, принятие помощи — обучаемость и зона ближайшего развития.

Под «зоной актуального развития» понимается уровень или степень развития каких-либо имеющихся на момент его обследования характеристик ребенка. Если речь идет о личности ребенка, то при обследовании определяется максимальное количество показателей, характеризующих состояние личности в данный момент.

Далее мы определяем обучаемость ребенка по принятию помощи педагога, поскольку от умения принять помощь во многом зависит конечный результат. Порой нельзя назвать принятие помощи умением, скорее это зависит от его интеллектуальных или физических возможностей. Например, ребенок с тяжелой степенью умственной отсталости вряд ли поймет речь учителя или даже то, что ему нужно делать. А, например, ребенок с тяжелой степенью поражения опорно-двигательного аппарата (при ДЦП) не сможет принять помощи в связи с проблемами в его двигательной сфере. В обоих случаях надо учитывать посильность и адекватность предлагаемой помощи.

Даже проведя обследование состояния зоны актуального развития и оценку принятия ребенком помощи, еще рано говорить о зоне ближайшего развития, под которой понимается некий прогнозируемый результат обучения и коррекции. Срок, определяемый для очередного

обследования, может составлять одну-две недели, месяц, два или три месяца, может и больше; все будет зависеть оттого, чему мы собираемся научить ребенка или что пробуем скорректировать.

Принцип педагогического оптимизма был разработан сравнительно недавно, хотя идею предложил Л.С. Выготский, когда он говорил о «пудах здоровья» у детей, на которые и следует опираться при работе с ребенком. Также с учетом гуманизации педагогического процесса принцип педагогического оптимизма вполне уместен в коррекционно-образовательной работе с детьми с ОВЗ. В основе создания и реализации данного принципа лежит тезис о том, что не существует необучаемых детей, все дети обучаемы.

В процессе реализации этого принципа педагог должен быть уверен, что его деятельность пойдет на пользу развития ребенка с ограниченными возможностями, он также не вправе забывать об организации коррекционно-образовательного процесса на высоком качественном уровне, в результате чего такой ребенок будет получать качественное образование и качественное психолого-педагогическое сопровождение своего развития.

Принцип педагогического оптимизма еще не получил столь подробного рассмотрения и изучения, как другие принципы, но он заслуживает внимательного изучения и своего перспективного развития в образовании детей с ограниченными возможностями здоровья.

При рассмотрении принципа дробности следует уяснить одну важную деталь, заключающуюся в том, что ребенок с проблемами в развитии лучше усваивает учебный и другой материал, если он преподносится малыми дробными дозами: чем меньше доза, тем лучше он будет освоен. Мастерство педагога должно заключаться в умении дифференцировать материал на мелкие частицы, дозы, которые должны облегчать обучение ребенка, в оптимальные сроки осваивать программный материал и на высоком уровне закреплять его. Рассмотрим данный принцип с позиции теории дидактических единиц. Понятие «дидактическая единица» в нашем случае рассматривается с точки зрения ее объема. Так, в работах В.Ф. Шаталова одним из важнейших принципов обучения являлся принцип укрупнения дидактических единиц, что позволяло, наряду с применением опорного конспектирования, значительно улучшить скорость и качество обучения учащихся. В случае обучения детей с ограниченными возможностями, пожалуй, чаще надо идти в обратном направлении: не укрупнять, а уменьшать дидактические единицы, разумеется, не доводя до абсурда их величину, хотя экспериментировать надо в обоих вариантах.

Каким должен и может быть объем дидактической единицы для разных категорий, возраста детей, глубины их нарушений, различных школьных предметов и занятий в специальных детских садах — предугадать невозможно, поэтому только профессионально подготовленный дефектолог сможет это определить, основываясь на индивидуальных особенностях развития ребенка. А этому должны сопутствовать и соответствующие педагогические технологии реализации данного принципа.

Одним из важных принципов в работе с детьми с ограниченными возможностями является **принцип единства диагностики и коррекции**, причем его, как и все другие вышеизложенные принципы, нельзя считать чисто педагогическим. Они имеют большое значение в теории и практике специальной психологии и успешно там используются, также являясь своеобразной частью методологического ее обоснования, ведь как мы подчеркиваем, дефектологическая наука является комплексной наукой, поэтому и сейчас сложно разделить принципы на чисто педагогические либо чисто психологические.

Данный принцип заключается в отражении целостности и единства процесса психолого-педагогического сопровождения ребенка, поскольку он включает последовательность решения задач диагностики и коррекции нарушенного развития. Реализация данного принципа подразделяется на два основных этапа. Первый этап заключается во всестороннем комплексном диагностическом обследовании, на основании которого составляется заключение. Затем на основании заключения формулируются целевая установка и задачи, составляется алгоритм коррекционно-развивающей работы, определяются средства, методы, технологии работы с ребенком.

Вторым этапом реализации данного принципа является организация и проведение коррекционно-развивающей работы, в процессе которой продолжается осуществление процедур диагностики, т.е. чтобы грамотно управлять процессом коррекции, необходимо постоянно отслеживать состояние корригируемых функций,

В работе дефектолога большую роль и значимость имеет **принцип нормативности**, суть которого заключается в том, что при проведении коррекционной работы следует ориентироваться на возрастную норму развития детей, которую необходимо знать, понимать ее признаки, стремиться к ней, видеть в ней своеобразный эталон развития. Для этого начинающему педагогу важно иметь перед собой нормативные характеристики, чтобы, работая с ребенком, корригируя его недостатки можно было ориентироваться на норму развития, определяться в параметрах зоны ближайшего развития.

Какими должны быть ориентиры, показатели нормативного развития — это будет зависеть от того, на какую функцию будет направлено коррекционное воздействие. Например, педагог работает с ребенком по улучшению его характеристик чтения — быстроты, внимания, четкости проговаривания слов. При этом он должен знать нормативные показатели чтения — той же быстроты (скорость чтения слов в минуту примерно одинакового текста), в основе чего будет лежать и внимание, и четкость самого чтения. Конечно, на все случаи жизни такими нормативами запастись сложно, их трудно встретить и в литературе, поэтому педагог должен уметь проводить оперативные исследования по важным, базовым характеристикам в том или ином процессе у нормально развитых детей и тогда ему легко сориентироваться в реализации принципа нормативности. Опытный же педагог на память может помнить многие нормативные показатели развития и, ориентируясь на них, грамотно, профессионально проводить коррекционно-образовательный процесс.

Принцип деятельностного подхода в организации и проведении коррекционно-направленной работы основывается на теории психического развития ребенка, разработанной Л.С. Выготским, А.Н. Леонтьевым, Д.Б. Элькониным, суть которого заключается следующем. На основании этой теории принято считать, что основным механизмом коррекционно-развивающего воздействия является активная деятельность самого ребенка, в процессе которой педагог создает условия коррекционного воздействия на нарушенные функции, регулируя тем самым его интенсивность, продолжительность, организационно-методические условия, т.е. создавая необходимую основу для положительных сдвигов в коррекции нарушений личностного развития.

Виды деятельности могут быть самыми разнообразными, адекватными для конкретного ребенка с учетом его возраста, структуры дефекта, глубины нарушений, а также следует учитывать и гендерные особенности. Тогда адекватная коррекционно-образовательная деятельность, ее объем и интенсивность позволят реализовывать принцип деятельностного подхода в инклюзивном образовании.

Принцип **«коррекции сверху вниз»** был разработан Л.С. Выготским, и он основывается на положении о ведущей роли обучения в процессе психического развития ребенка, формировании высших психических функций. Это положение является одним из основных в теоретических разработках великого ученого, суть которого заключается в том, что обучение «ведет» за собой развитие. Согласно этому теоретическому постулату, главное содержание коррекционно-развивающей работы должно быть направлено на создание зоны ближайшего развития ребенка, и педагог должен создавать при этом адекватные формы организации и содержания сотрудничества ребенка и взрослого, т.е. сотрудничество, а не назидание должно стать основой положительных сдвигов в коррекции того или иного недостатка. А поскольку мы ранее рассматривали принципиальные положения зоны ближайшего развития ребенка, то некое сочетание, соединение этих теоретических положений только усилит как теоретическую, так и практикоориентированную деятельность педагога.

Принцип системности коррекционных, профилактических и развивающих задач можно считать одним из принципов, разработанных сравнительно недавно, в основе которого также лежат труды известных ученых-дефектологов. В основе данного принципа лежит

взаимосвязанность и гетерохронность развития различных сторон личности, оценка динамики особенностей их развития. Ведь если целостно посмотреть на систему образования, то можно увидеть иерархию целей и задач коррекционно-развивающего характера: профилактического, развивающего и коррекционного, т.е. три своеобразных уровня, обеспечивающих успешность и эффективность работы. Следует подчеркнуть, что при проведении развивающей или коррекционно-направленной работы будет реализовываться и ее профилактическая направленность, поскольку, корректируя, например, нарушения внимания, мы проводим профилактическую работу по улучшению чтения, письма, ориентировки в пространстве и т.д.

С другой стороны, проведение какой-либо профилактической работы связано с развитием либо коррекцией какой-либо функции, например, профилактическая работа по предупреждению делинквентного поведения позволяет вырабатывать умения и навыки оптимальных поведенческих реакций на те или иные фрустрационные явления, форс-мажорные обстоятельства, что вполне впоследствии может стать нормой поведения и не повлечет за собой специальную коррекционно-направленную работу. Таким образом, принцип системности коррекционных, профилактических и развивающих задач является важным теоретическим положением в системе методологического обеспечения инклюзивного образования детей с ограниченными возможностями.

Принцип индивидуально-дифференцированного подхода, активно, применяемый в образовании детей с ОВЗ, основывается на принципе общей дидактики — принципе индивидуализации, и он подразделяется на два подхода — индивидуальный и дифференцированный.

Суть индивидуального подхода заключается в следующем. При проведении с детьми коррекционно-образовательной деятельности дефектолог должен хорошо знать особенности развития каждого ребенка: его анамнез, диагноз, хронические и текущие заболевания, особенности проявления высших психических функций (речи, мышления, памяти, внимания, воображения, восприятия), социально-поведенческих характеристик, степень обучаемости, образованности. Зная все вышеперечисленные особенности личности ребенка, необходимо постоянно их учитывать, опираться на них, отслеживать продвижение ребенка в учебе, быту, поведении и т.д.

Все диагностические параметры педагог может получить из индивидуальной карты обследования ребенка на психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или при его обследовании на психолого-медико-педагогическом консилиуме (ПМПк образовательной организации — школы или детского сада). Кроме того, педагог сам должен изучить ребенка в процессе работы с ним, наблюдая, сравнивая, беседуя с другими специалистами. С учетом всего вышесказанного мы можем свидетельствовать о реализации принципа индивидуально-дифференцированного подхода, в частности индивидуального подхода при работе с определенным конкретным ребенком.

Дифференцированный подход заключается в следующем. При обучении в классе (или группе) или проведении каких-либо коррекционно-развивающих мероприятий дети дифференцируются на две—четыре подгруппы с учетом их индивидуальных особенностей. Например, на уроке математики или ручного труда учащиеся подразделяются на подгруппы по уровню их обученности, работоспособности и другим характеристикам с тем, чтобы учитель мог задавать оптимальные для каждой подгруппы задания, знать, что они будут реализованы каждым учеником такой подгруппы, что темп и качество проделанной работы будут примерно одинаковыми.

Вместе с тем следует учитывать, что специалист, работающий с детьми, должен хорошо знать индивидуальные особенности развития каждого ребенка (т.е. то, о чем мы говорили при рассмотрении индивидуального подхода) с тем, чтобы сформировать подгруппы, определить планку заданий, темп работы, контроль за выполнением, т.е. оптимально реализовывать коррекционно-образовательную деятельность.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю) «Реализация возможностей в инклюзивном обществе». Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Реализация возможностей в инклюзивном обществе.

2. Нормативно-правовые основания реализации возможностей в инклюзивном обществе.

3. Цели занятия: раскрыть основные положения и перечень нормативно-правовой базы в области образования детей с ограниченными возможностями здоровья в Российской Федерации.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	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.	Словесные (слово педагога, беседа, объяснение), ТСО (проектор, компьютер, интерактивная доска)
2	Создание условий для получения образования детьми с ограниченными возможностями здоровья и детьми-инвалидами. Документы РФ по инклюзивному образованию.	Словесные (слово педагога, беседа, объяснение), ТСО (проектор, компьютер, интерактивная доска)

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)

1. 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 составляют документы нескольких уровней:

- **международные** (подписанные СССР или Российской Федерацией);
- **федеральные** (Конституция, законы, кодексы – семейный, гражданский и др.);
- **правительственные** (постановления, распоряжения);
- **ведомственные** (Министерства образования СССР и Российской Федерации);
- **региональные** (правительственные и ведомственные).

Международные документы

Международное законодательство в области закрепления права детей с ограниченными возможностями здоровья на получение образования имеет более чем полувековую историю развития.

Одним из первых специальных международных актов, обратившихся к вопросу соблюдения прав личности, к которым относится и право на образование, является **Всеобщая декларация прав человека** от 10 декабря 1948 года, ставшая основой для других международно-правовых документов в области защиты прав личности. Декларация провозгласила как социальные, экономические и культурные права, так и политические и гражданские права.

Декларация содержит историческое положение в статье 1: «Все люди рождаются свободными и равными в своем достоинстве и правах»

При этом международное сообщество сравнительно недавно обратило внимание на вопросы защиты прав инвалидов. До конца 70-х годов доминировала концепция признания за инвалидами всех основных прав без специальных мер защиты. Считалось, что принципы не дискриминации и уважения человеческого достоинства, провозглашенные в Международном билле о правах человека, достаточны для инвалидов. Однако изучение проблем инвалидности и практическая деятельность по защите прав инвалидов выявили необходимость создания отдельной международной системы защиты их прав.

История международных документов, посвященных правам инвалидов, начинается с 1971 года, когда Организацией Объединенных Наций (ООН) была принята **Декларация о правах умственно отсталых лиц** (утверждена Резолюцией 2856 (XXVI) Генеральной Ассамблеи ООН от 20 декабря 1971 года). Международно-правовым документом обобщенного характера, признавшим право инвалидов на удовлетворительную жизнь, а также все гражданские и политические права, стала **Декларация о правах инвалидов**, утвержденная Резолюцией 3447 (XXX) Генеральной Ассамблеи ООН 09.12.1975 года.

16 декабря 1976 года Генеральная Ассамблея ООН провозгласила 1981 год Международным годом инвалидов, а период с 1983 по 1992-й год – Десятилетием инвалидов ООН. Наиболее важным результатом проведения Международного года инвалидов стало принятие Генеральной Ассамблеей ООН 3 декабря 1982 года **Всемирной программы действий в отношении инвалидов**. Международно-правовые документы по правам инвалидов, принятые до 1993 года, разрешали отдельные проблемы инвалидов, но не защищали права инвалидов в целом. И только в 1993 году был принят основной всеобъемлющий документ, посвященный правам инвалидов, – **Стандартные правила обеспечения равных возможностей для инвалидов**.

На Всемирной конференции по образованию для лиц с особыми потребностями: доступ к образованию и его качество (Саламанка, Испания, 7–10 июня 1994 года) были приняты **«Саламанкская декларация»** и **«Рамки действий по образованию лиц с особыми потребностями»**, в которых правительства всех стран призывают:

- уделять первоочередное внимание необходимости придать «включающий» (инклюзивный) характер системе образования;
- включить принцип «включающего» (инклюзивного) образования как компонент правовой или политической системы;
- разрабатывать показательные проекты;
- содействовать обмену с государствами, имеющими опыт работы в сфере «включающей» (инклюзивной) деятельности;
- разрабатывать способы планирования, контроля и оценки образовательного обеспечения детей и взрослых;
- способствовать и облегчать участие родителей и организаций инвалидов;
- финансировать стратегию ранней диагностики и раннего вмешательства;
- финансировать развитие профессиональных аспектов «включающего» (инклюзивного) образования;
- обеспечивать наличие должных программ по подготовке учителей.

В **«Рамках действий по образованию лиц с особыми потребностями»** содержится общее описание новых подходов к системе образования, учитывающей специальные

потребности, а также основные направления деятельности на национальном, региональном и международном уровнях.

Вместе с тем усилия международного сообщества не были в достаточной мере эффективными: проведенный ООН дважды (1987, 1992) мониторинг показал, что, несмотря на все изменения, инвалиды так и не получили равных возможностей, а во многих странах остались изолированными от общества. В связи с этим в 1994 году Генеральная Ассамблея ООН одобрила долгосрочную стратегию дальнейшего осуществления Всемирной программы действий в отношении инвалидов, основной целью которой было провозглашено создание «общества для всех», охватывающего все разнообразные человеческие ресурсы и позволяющего каждому человеку максимально развить его потенциал.

Самым значимым международным документом в области защиты прав лиц с ограниченными возможностями является Конвенция о правах инвалидов (принята резолюцией 61/106 Генеральной Ассамблеи от 13 декабря 2006 года).

В статье 24 Конвенции говорится: «Государства-участники признают право инвалидов на образование. В целях реализации этого права без дискриминации и на основе равенства возможностей государства-участники обеспечивают инклюзивное образование на всех уровнях и обучение в течение всей жизни».

В соответствии с Конвенцией о правах инвалидов образование должно быть направлено на:

- развитие умственных и физических способностей в самом полном объеме;
- обеспечение инвалидам возможности эффективно участвовать в жизни свободного общества;
- доступ инвалидов к образованию в местах своего непосредственного проживания, при котором обеспечивается разумное удовлетворение потребностей лица;
- предоставление эффективных мер индивидуальной поддержки в общей системе образования, облегчающих процесс обучения;
- создание условий для освоения социальных навыков;
- обеспечение подготовки и переподготовки педагогов.

Согласно **Федеральному закону Российской Федерации от 3 мая 2012 г. N 46-ФЗ «О ратификации Конвенции о правах инвалидов»** Россия ратифицировала Конвенцию о правах инвалидов и приняла на себя обязательства по включению всех вышеназванных положений в правовые нормы, регулирующие правоотношения в сфере образования, в том числе определение «инклюзивного образования» и механизмов его реализации.

Федеральные документы

Сравнительно-правовой анализ положений Конвенции о правах инвалидов и норм российского законодательства показал, что в целом принципиальных противоречий между нормами нет.

Статья 43 Конституции РФ провозглашает право каждого на образование. Принцип равноправия включает также запрещение дискриминации по состоянию здоровья. Государство гарантирует гражданам общедоступность и бесплатность общего и начального профессионального образования.

В свою очередь, родителям предоставляется право выбирать формы обучения, образовательные учреждения, защищать законные права и интересы ребенка, принимать участие в управлении образовательным учреждением. Указанные права закреплены Семейным кодексом РФ и Законом «Об образовании».

Основным Федеральным законом, определяющим принципы государственной политики в области образования, является **Федеральный Закон «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29 декабря 2012 года**. Закон регулирует вопросы образования лиц с ограниченными возможностями и содержит ряд статей (например, 42, 55, 59, 79), закрепляющих право детей с ограниченными возможностями здоровья, в т.ч. детей-инвалидов, на получение качественного образования в соответствии с имеющимися у них потребностями и возможностями. Закон устанавливает общедоступность образования,

адаптивность системы образования к уровням и особенностям развития и подготовки обучающихся, воспитанников. Статья 42 гарантирует оказание психолого-педагогической, медицинской и социальной помощи обучающимся, испытывающим трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации. В статье 79 установлены условия организации получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Основные положения и понятия, закрепленные новым законом «Об образовании в РФ» в части образования детей с ОВЗ:

Обучающийся с ограниченными возможностями здоровья – физическое лицо, имеющее недостатки в физическом и (или) психологическом развитии, подтвержденные психолого-медико-педагогической комиссией и препятствующие получению образования без создания специальных условий.

Индивидуальный учебный план – учебный план, обеспечивающий освоение образовательной программы на основе индивидуализации ее содержания с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося.

Инклюзивное образование – обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся с учетом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей.

Адаптированная образовательная программа – образовательная программа, адаптированная для обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающая коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

Специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья – условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективно-го и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение до-ступа в здания организаций, осуществляющих образовательную деятельность, и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» также устанавливает гарантии получения образования детьми с инвалидностью. Основные понятия, изложенные в статье 1 указанного закона:

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.

Ограничение жизнедеятельности – полная или частичная утрата лицом способности или возможности осуществлять самообслуживание, самостоятельно передвигаться, ориентироваться, общаться, контролировать свое поведение, обучаться и заниматься трудовой деятельностью.

В зависимости от степени расстройства функций организма и ограничения жизнедеятельности лицам, признанным инвалидами, устанавливается **группа инвалидности**, а лицам в возрасте до 18 лет устанавливается категория «**ребенок-инвалид**».

Признание лица инвалидом осуществляется федеральным учреждением медико-социальной экспертизы. Порядок и условия признания лица инвалидом устанавливаются Правительством Российской Федерации.

Ст. 18 определяет, что образовательные учреждения совместно с органами социальной защиты населения и органами здравоохранения обеспечивают дошкольное, внешкольное воспитание и образование детей-инвалидов, получение инвалидами среднего общего образования, среднего профессионального и высшего профессионального образования в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Детям-инвалидам дошкольного возраста предоставляются необходимые реабилитационные меры и создаются условия для пребывания в детских дошкольных учреждениях общего типа. Для детей-инвалидов, состояние здоровья которых исключает возможность их пребывания в детских дошкольных учреждениях общего типа, создаются специальные дошкольные учреждения.

При невозможности осуществлять воспитание и обучение детей-инвалидов в общих или специальных дошкольных и общеобразовательных учреждениях органы управления образования и образовательные учреждения обеспечивают с согласия родителей обучение детей-инвалидов по полной общеобразовательной или индивидуальной программе на дому. Порядок воспитания и обучение детей-инвалидов на дому, а также размеры компенсации затрат родителей на эти цели определяются законами и иными нормативными актами субъектов Российской Федерации и являются расходными обязательствами бюджетов субъектов Российской Федерации. Воспитание и обучение детей-инвалидов в дошкольных и общеобразовательных учреждениях являются расходными обязательствами субъекта Российской Федерации.

Устанавливается право всех инвалидов обучаться как в общеобразовательных учреждениях, так и в специальных образовательных учреждениях *в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида*.

Как было уже отмечено ранее, несмотря на отсутствие официального определения инклюзивного образования на федеральном уровне, российское законодательство все же определяет его общие правовые основы и не препятствует обучению детей с особыми образовательными потребностями в дошкольных и общеобразовательных учреждениях, что в целом соответствует конвенции.

Это дополнительно было подчеркнуто *статьей 10 Закона РФ «Об основных гарантиях прав ребенка в РФ» от 24 июля 1998 года № 124-ФЗ*:

«Ребенку от рождения принадлежат и гарантируются государством права и свободы человека и гражданина в соответствии с Конституцией Российской Федерации, общепризнанными принципами и нормами международного права, международными договорами Российской Федерации, настоящим Федеральным законом, Семейным кодексом Российской Федерации и другими нормативными правовыми актами Российской Федерации».

Вместе с тем рассматриваемые правовые нормы федерального законодательства носят в большей степени рамочный характер и не содержат четкого механизма обеспечения инклюзивного образования и предоставления образовательных услуг конкретным категориям детей инвалидов.

Следует отметить, что термин «лицо с ограниченными возможностями здоровья» появился в российском законодательстве относительно недавно. В соответствии с Федеральным законом от 30 июня 2007 г. № 120-ФЗ **«О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу о гражданах с ограниченными возможностями здоровья»** употребляемые в нормативных правовых актах слова «с отклонениями в развитии» заменены словами «с ограниченными возможностями здоровья», то есть имеющими недостатки в физическом и (или) психическом развитии.

Еще один федеральный документ, требующий внимания, – это **Национальная образовательная инициатива «Наша новая школа»** (утверждена Президентом Российской Федерации Д.А. Медведевым 04 февраля 2010 года, Пр271). В нем был сформулирован основной принцип инклюзивного образования:

Новая школа – это школа для всех. В любой школе будет обеспечиваться успешная социализация детей с ограниченными возможностями здоровья, детей-

инвалидов, детей, оставшихся без попечения родителей, находящихся в трудной жизненной ситуации.

В каждом образовательном учреждении должна быть создана универсальная без барьерная среда, позволяющая обеспечить полноценную интеграцию детей-инвалидов.

Документом была предусмотрена разработка и принятие пятилетней государственной программы «Доступная среда», направленная на разрешение этой проблемы.

В июне 2012 года Президент РФ подписал Указ «О национальной стратегии действий в интересах детей на 2012-2017 годы» № 761 от 01.06.2012.

Стратегия действий в интересах детей признает социальную исключенность уязвимых категорий детей (дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, дети-инвалиды и дети, находящиеся в социально опасном положении) и ставит задачи:

- законодательного закрепления правовых механизмов реализации права детей-инвалидов и детей с ограниченными возможностями здоровья на включение в существующую образовательную среду на уровне дошкольного, общего и профессионального образования (права на инклюзивное образование);
- обеспечения предоставления детям качественной психологической и коррекционно-педагогической помощи в образовательных учреждениях;
- нормативно-правового регулирования порядка финансирования расходов, необходимых для адресной поддержки инклюзивного обучения и социального обеспечения детей-инвалидов и детей с ограниченными возможностями здоровья.
- внедрения эффективного механизма борьбы с дискриминацией в сфере образования для детей-инвалидов и детей с ограниченными возможностями здоровья в случае нарушения их права на инклюзивное образование;
- пересмотр критериев установления инвалидности для детей;
- реформирования системы медико-социальной экспертизы, имея в виду комплектование ее квалифицированными кадрами, необходимыми для разработки полноценной индивидуальной программы реабилитации ребенка, создание механизма межведомственного взаимодействия бюро медико-социальной экспертизы и психолого-медико-педагогических комиссий.
- внедрение современных методик комплексной реабилитации детей-инвалидов.

Документы правительства Российской Федерации

В соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации от 15 октября 2012 г. № 1916-р, утвердившим план первоочередных мероприятий до 2014 года по реализации важнейших положений Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012 – 2017 годы, всеми ведомствами социальной сферы Российской Федерации начата работа по приведению законодательства Российской Федерации в соответствие с положениями Конвенции о правах инвалидов и иными международными правовыми актами и обеспечение замены медицинской модели детской инвалидности на социальную, в основе которой лежит создание условий для нормальной полноценной жизни на всех ее этапах.

Наиболее важными документам, составляющими нормативно-правовой базу обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья, являются федеральные правительственные документы, определяющие общеобразовательную и профессиональную подготовку лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Наиболее значимо в этом плане Постановление Правительства РФ от 12 марта 1997 года «Об утверждении Типового положения о специальном (коррекционном) образовательном учреждении для обучающихся, воспитанников с отклонениями в развитии».

В соответствии с ним созданы и функционируют коррекционные (компенсирующие) учреждения дошкольного образования, коррекционные общеобразовательные учреждения, коррекционные учреждения начального профессионального образования. Типовое положение распространяется на специальные (коррекционные) образовательные учреждения различных видов:

- для неслышащих, слабослышащих и позднооглохших (I-II видов);
- незрячих, слабовидящих и поздноослепших (III-IV видов);
- для детей с тяжелыми нарушениями речи (V вида);
- с нарушениями опорно-двигательного аппарата (VI вида);
- с задержкой психического развития (VII вида);
- для умственно отсталых (VIII вида).

Положение регулирует деятельность всех государственных, муниципальных специальных (коррекционных) образовательных учреждений, создавая благоприятные условия обучающимся, воспитанникам с отклонениями в развитии для обучения, воспитания, лечения, социальной адаптации и интеграции в общество.

Обязательной составляющей индивидуального коррекционного процесса для детей с ограниченными возможностями здоровья является его психолого-педагогическое сопровождение. Принятие постановления Правительства РФ от 31 июля 1998 г. N 867 **«Об утверждении Типового положения об образовательном учреждении для детей, нуждающихся в психолого-педагогической и медико-социальной помощи»** (в ред. Постановлений Правительства РФ от 23.12.2002 N 919, от 18.08.2008 N 617, от 10.03.2009 N 216) позволило решать задачи по осуществлению индивидуально-ориентированной педагогической, психологической, социальной, медицинской и юридической помощи детям, испытывающим трудности в освоении образовательных программ.

Основополагающим государственным документом, устанавливающим приоритет образования в государственной политике, определяющим стратегию и основные направления его развития, служит Постановление Правительства РФ от 4 октября 2000 г. **«О национальной доктрине образования в Российской Федерации»**. Доктрина определяет цели воспитания и обучения, пути их достижения посредством государственной политики в области образования, ожидаемые результаты развития системы образования на период до 2025 г. Она предусматривает многообразие типов и видов образовательных учреждений и вариативность образовательных программ, обеспечивающих индивидуализацию образования, личностно-ориентированное обучение и воспитание.

Одной из основных задач, поставленных в доктрине, является «создание и реализация условий для получения общего и профессионального образования детьми-сиротами, детьми, оставшимися без попечения родителей, детьми инвалидами и детьми из малообеспеченных семей».

Лицам с ограниченными возможностями здоровья гарантируется общедоступное и бесплатное специальное образование, а также бесплатное среднее и высшее профессиональное образование.

С национальной доктриной образования была непосредственно связана **«Концепция модернизации российского образования на период до 2010 года»**, одобренная Правительством РФ 29 декабря 2001 г.

Согласно Концепции, дети с ограниченными возможностями здоровья «должны быть обеспечены медико-психологическим сопровождением и специальными условиями для обучения преимущественно в общеобразовательной школе по месту жительства, а при наличии соответствующих медицинских показаний в специальных школах и школах-интернатах».

Важное место в концепции отводилось вопросам подготовки социальных педагогов и психологов в целях совершенствования работы с детьми группы риска, осуществления профилактики социального сиротства.

Заслуживают специального внимания и положения концепции о структурной и институциональной перестройке профессионального образования выпускников общеобразовательных (в том числе коррекционных) учебных заведений, о разработке различных моделей интеграции среднего и высшего профессионального образования, о создании университетских комплексов.

Распоряжением Правительства РФ от 7 февраля 2011 г. N 163-р утверждена **Концепция Федеральной целевой программы развития образования на 2011–2015 годы**, которая определила, что:

Стратегической целью государственной политики в области образования является повышение доступности качественного образования, соответствующего требованиям инновационного развития экономики, современным потребностям общества **и каждого** гражданина.

Важным федеральным документом в области образования детей-инвалидов является **Государственная программа Российской Федерации «Доступная среда» на 2011–2015 годы**, утвержденная Постановлением Правительства РФ от 17 марта 2011 г. № 175. В числе целевых индикаторов программы – доля общеобразовательных учреждений, в которых создана универсальная безбарьерная среда, позволяющая обеспечить совместное обучение инвалидов и лиц, не имеющих нарушений развития, в общем количестве общеобразовательных учреждений. Программа определяет, что одним из приоритетных направлений государственной политики должно стать *создание условий для предоставления детям инвалидам с учетом особенностей их психофизического развития равного доступа к качественному образованию в общеобразовательных и других образовательных учреждениях*, реализующих образовательные программы общего образования (обычные образовательные учреждения), и с учетом заключений психолого-медико-педагогических комиссий.

Ведомственные документы

Среди ведомственных нормативных документов – приказов и писем Министерства образования Российской Федерации, обеспечивающих развитие образования лиц с ограниченными возможностями здоровья в России, следует выделить **Концепцию реформирования системы специального образования**, принятую коллегией Министерства образования РФ 9 февраля 1999 г.

Согласно концепции, образование учащихся-инвалидов должно предусматривать создание для них специальной коррекционно-развивающей среды, обеспечивающей воспитанникам адекватные условия и равные с «обычными» детьми возможности для получения образования, лечение и оздоровление, коррекцию нарушений развития, социальную адаптацию.

Лица с ограниченными возможностями здоровья в возрасте до 21 года могут пользоваться услугами специального образования в различных его организационных формах (обучение на дому, в коррекционном учреждении, в общеобразовательном учреждении общего назначения).

Вместе с тем в концепции отмечалось, что в Российской Федерации еще недостаточно развита система дошкольной коррекционной психолого-педагогической помощи детям; общественным воспитанием охвачено чуть более половины всех детей от 1 года до 6 лет, остальные воспитываются в семье; отсутствуют единая система раннего выявления отклонений в развитии детей и ранней коррекционно-педагогической помощи детям, консультирование семей; не разработан государственный стандарт дошкольного образования детей, имеющих отклонения в развитии.

В этом контексте в концепции были определены наиболее значимые направления совершенствования системы специального образования, а именно:

- структурная перестройка;
- содержание и оценка качества образования, образовательные технологии;
- научно-исследовательская и инновационная деятельность;
- обновление системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации психолого-педагогических кадров для системы специального образования.

Письмом Министерства образования и науки от 16.04.2001 N 29/1524-6 в регионы была направлена **Концепция интегрированного обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья** (со специальными образовательными возможностями),

разработанная специалистами Института коррекционной педагогики Российской академии образования.

В письме отмечалось, что *отечественная концепция интегрированного обучения строится на трех принципах*: интеграции через раннюю диагностику, через обязательную коррекционную помощь каждому ребенку и через разноуровневые модели интеграции. Реализация идеи интеграции рассматривалась как одна из ведущих тенденций современного этапа в развитии отечественной системы специального образования (коррекционной помощи, абилитации и реабилитации и др.). Особо было подчеркнуто то, что принятие концепции не означает ни в коей мере необходимости свертывания системы дифференцированного обучения разных категорий детей.

Эффективная интеграция возможна лишь в условиях постоянного совершенствования систем массового и специального образования.

2. В Письме Министерства образования и науки РФ от 18 апреля 2008 г. № АФ-150/06 **«О создании условий для получения образования детьми с ограниченными возможностями здоровья и детьми-инвалидами»** развитие интегрированного образования рассматривается как одно из наиболее важных и перспективных направлений совершенствования системы образования детей с ограниченными возможностями здоровья. Организация обучения детей с ограниченными возможностями здоровья в образовательных учреждениях общего типа, расположенных, как правило, по месту жительства ребенка и его родителей, позволяет избежать помещения детей на длительный срок в учреждение интернатного типа, создать условия для их проживания и воспитания в семье, обеспечить их постоянное общение с нормально развивающимися детьми и, таким образом, способствует эффективному разрешению проблем их социальной адаптации и интеграции в общество.

Следует отметить, что в вышеупомянутом Письме Министерства образования и науки РФ рассматриваются, по сути, вопросы организации инклюзивного образования, хотя употребляется термин «интегрированное обучение». Понятие «интегрированное обучение» уже по значению, чем «инклюзивное образование». «Интеграция означает приведение в соответствие потребностей детей с психическими и физическими нарушениями с системой образования, остающейся в целом неизменной: массовые школы не приспособлены для детей-инвалидов (причем ученики с инвалидностью, посещая массовую школу, не обязательно учатся в тех же классах, что и все остальные дети).

Инклюзия – это наиболее современный термин, который толкуется следующим образом: это реформирование школ и создание такой образовательной среды в школе, чтобы они отвечали нуждам и потребностям всех без исключения детей».

В письме даны разъяснения, что формы и степень образовательной интеграции ребенка с ограниченными возможностями здоровья могут варьироваться в зависимости от степени выраженности недостатков его психического и (или) физического развития.

Например, дети, уровень психофизического развития которых в целом соответствует возрастной норме, могут на постоянной основе обучаться по обычной образовательной программе в одном классе со сверстниками, не имеющими нарушений развития, при наличии необходимых технических средств обучения. При этом число детей с ограниченными возможностями здоровья, обучающихся в обычном классе, как правило, не должно превышать 3–4 человека.

Ведущую роль в решении вопросов, касающихся своевременного выявления детей с ограниченными возможностями здоровья, проведения их комплексного обследования, подготовки рекомендаций по оказанию им психологомедико-педагогической помощи и определения форм их дальнейшего обучения и воспитания, играют *психолого-медико-педагогические комиссии*. Законодательную основу их деятельности составляют ст. 50 Закона РФ «Об образовании», ст. 14 Федерального закона «Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних» и **Положение о психолого-медико-педагогической комиссии**, утвержденное приказом Минобразования России от 24.03.2009 № 95.

В соответствии с Приказом № 95 Комиссия создается в целях выявления детей с ограниченными возможностями здоровья и (или) отклонениями в поведении, проведения их комплексного обследования и подготовки рекомендаций по оказанию детям психолого-медико-педагогической помощи и организации их обучения и воспитания и обеспечивает:

- проведение комплексного психологомедико-педагогического обследования (далее – обследование) детей в возрасте от 0 до 18 лет с целью своевременного выявления недостатков в физическом и (или) психическом развитии и (или) отклонений в поведении детей;
- подготовку по результатам обследования рекомендаций по оказанию детям психологомедико-педагогической помощи и организации их обучения и воспитания, подтверждение, уточнение или изменение ранее данных комиссией рекомендаций.

В соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 6 октября 2009 года № 373 с 1-го сентября 2011 года в нашей стране все первые классы начали работать по ФГОС начального образования.

В письме Министерства образования и науки РФ от 19 апреля 2011 г. N 03-255 «О введении федерального государственного образовательного стандарта общего образования» дано разъяснение, что стандарт учитывает образовательные потребности детей с ограниченными возможностями здоровья. В основной образовательной программе начального и основного общего образования, которая должна быть разработана в образовательном учреждении на основе ФГОС, можно заложить все специфические особенности обучения детей с ограниченными возможностями здоровья:

- увеличение сроков обучения;
- программу коррекционной работы;
- специальные пропедевтические разделы, направленные на подготовку обучающихся к освоению основной образовательной программы;
- особые материально-технические условия реализации основной образовательной программы начального общего образования и др.

В настоящее время признано целесообразным включение положений, отражающих специфику получения образования обучающимися с ограниченными возможностями, в ФГОС общего образования. Данный подход согласуется с восприятием системы образования лиц с ограниченными возможностями здоровья как полноправной составляющей системы образования России в целом и приоритетным развитием различных форм интегрированного образования обучающихся этой категории.

В соответствии с п. 19.8. ФГОС начального образования ***Программа коррекционной работы в образовательном учреждении*** должна быть направлена на обеспечение коррекции недостатков в физическом и (или) психическом развитии детей с ограниченными возможностями здоровья и оказание помощи детям этой категории в освоении основной образовательной программы начального общего образования и должна обеспечить:

- выявление особых образовательных потребностей детей с ограниченными возможностями здоровья, обусловленных недостатками в их физическом и (или) психическом развитии;
- осуществление индивидуально ориентированной психолого-медико-педагогической помощи детям с ограниченными возможностями здоровья с учетом особенностей психофизического развития и индивидуальных возможностей детей (в соответствии с рекомендациями психолого-медико-педагогической комиссии);
- возможность освоения детьми с ограниченными возможностями здоровья основной образовательной программы начального общего образования и их интеграции в образовательном учреждении.

Документы РФ по инклюзивному образованию

[ФЗ от 3 мая 2012 г. № 46-ФЗ «О ратификации Конвенции о правах инвалидов»](#)
[Федеральный закон от 24 ноября 1995 г. N 181-ФЗ "О социальной защите инвалидов в Российской Федерации"](#)

[Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации"](#)

[Распоряжение Правительства РФ от 15 октября 2012 г. N 1921-р Об утверждении комплексных мер, направленных на повышение эффективности реализации мероприятий по содействию трудоустройству инвалидов и на обеспечение доступности профессионального образования на 2012-2015 годы](#)

[Методические рекомендации об организации приема инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательные организации высшего образования \(утв. Минобрнауки России 29.06.2015 N АК-1782/05\)](#)

[Методические рекомендации по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса \(утв. Министерством образования и науки РФ 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн\)](#)

[Методические рекомендации по обеспечению доступности зданий](#)

[Письмо Минобрнауки России от 18.03.2014 № 06-281 "О направлении Требований" \(вместе с "Требованиями к организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в профессиональных образовательных организациях, в том числе оснащённости образовательного процесса", утв. Минобрнауки России 26.12.2013 N 06-2412вн\)](#)

[Письмо Рособрнадзора от 16.04.2015 01-50-174/07-1968 О приеме на обучение лиц с ОВЗ](#)

[Постановление РФ от 15 апреля 2014 года №295 об утверждении государственной программы РФ "Развитие образования" на 2013-2020 годы](#)

[Федеральный закон от 24.11.1995 №181-ФЗ \(ред. от 29.07.2018\) "О социальной защите инвалидов в РФ \(с изм. и доп., вступившими в силу с 01.01.2019\)](#)

[Федеральный закон от 28.12.2013 №442-ФЗ \(с изм. и доп. \) "Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации"](#)

[Постановление Правительства РФ от 29.03.2019 №363 "Об утверждении государственной программы РФ "Доступная среда" на 2011-2025 гг."](#)

[Письмо Минобрнауки России от 16.04.2014 №05-785 "О направлении методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов"](#)

[Письмо Минобрнауки России от 12.02.2016 №ВК-270 07 "Об обеспечении условий доступности для инвалидов объектов и услуг в сфере образования"](#)

[Приказ Минобрнауки России от 12.02.2015 №1399 "Об утверждении Плана мероприятий \(дорожной карты\) по повышению значений показателей доступности для инвалидов"](#)

[Приказ Минобрнауки России от 05.04.2017 №301 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры "](#)

[Приказ Минобрнауки России от 09.11.2015 №1309 "Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов"](#)

[Приказ Минобрнауки России от 12.01.2017 №13 \(ред. от 31.08.2018\) "Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования - программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре"](#)

[Приказ Минобрнауки России от 14.10.2015 №1147 \(ред. от 31.08.2018\) "Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры"](#)

[Приказ Минобрнауки России от 18.03.2016 №227 "Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего](#)

[образования - программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре \(адъюнктура\), программам ординатуры, программам ассистентуры-стажировки"](#)

[Приказ Минобрнауки России от 19.11.2013 №1259 \(ред. от 05.04.2016\) "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре \(адъюнктура\)"](#)

[Приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 №955 "Об утверждении показателей мониторинга системы образования"](#)

[Приказ Минобрнауки России от 27.11.2015 №1383 \(ред. от 15.12.2017\) "Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные образовательные программы высшего образования"](#)

[Приказ Минобрнауки России от 29.06.2015 №636 \(ред. от 28.04.2016\) "Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры"](#)

[Приказ Министерства образования и науки РФ от 15.02.2017 №136 "О внесении изменений в показатели деятельности образовательной организации, подлежащей самообследованию, утвержденные приказом Министерства образования и науки РФ от 10.12.2013 №1324"](#)

[Указ Президента РФ от 07.05.2012 №599 "О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки"](#)

[Указ Президента РФ от 07.05.2012 №597 "О мероприятиях по реализации государственной социальной политики"](#)

[Письмо Рособрнадзора от 02.02.2018 № 07-205 О поручении Комиссии при Президенте Российской Федерации по делам инвалидов](#)

[Руководство по соблюдению организациями законодательства РФ в части обеспечения доступности образования для инвалидов](#)

[СанПиН 2.4.2.3286-15 Санитарно-эпидемиологические требования к условиям и организации обучения для обучающихся с ОВЗ](#)

Практические вопросы и задания

Задание 1. Составить таблицу по указанным выше документам и раскрыть основные положения каждого из них.

Задание 2. Разработать презентации с докладом по следующим темам:

Темы презентаций

Концептуальные основы инклюзивного образования детей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью.

Инклюзивное обучение детей с ОВЗ и инвалидностью за рубежом.

Внедрение инклюзии детей с ОВЗ и инвалидностью в ДОО: перспективы и проблемы.

Требования к выполнению практического задания/презентации

Презентация должна быть оформлена в формате программы Power point. Количество слайдов – не более 15-20 слайдов. Презентация должна содержать теоретические основы рассматриваемого вопроса, быть схематичной. Не следует располагать много текста на слайде. Рекомендовано воспользоваться элементами Smart art.

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.

В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.

Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.

Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

6. Объем презентации 10 -20 слайдов.

7. Правильность оформления титульного слайда.

8. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.

1. Реализация возможностей в инклюзивном обществе.

2. Средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг.

3. Цели занятия: рассмотреть основные понятия «достижимость», «безопасность», «комфортность», «безбарьерность»; охарактеризовать основные средства обеспечения доступности в социуме и образовании лиц с ОВЗ.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	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».	Словесные (слово педагога, беседа, объяснение), ТСО (проектор, компьютер, интерактивная доска)
2.	ГОСТ Р 52131- 2003 «Средства отображения информации знаковые для инвалидов»; ГОСТ Р 51671-2000. «Средства связи и информации технические общего пользования, доступные для инвалидов. Классификация. Требования доступности и безопасности»; ГОСТ Р 52875- 2007 «Устройства опорные стационарные реабилитационные. Типы и технические требования».	Словесные (слово педагога, беседа, объяснение), ТСО (проектор, компьютер, интерактивная доска)

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

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. Средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг.

Введение.

Под техническим средством понимают любое изделие, инструмент, оборудование, устройство, прибор, приспособление или техническую систему.

Международная классификация функционирования, ограничений жизнедеятельности и здоровья, сокращенно МКФ, предлагает изучение факторов окружающей среды на разных уровнях: индивидуума и общества. Данный подход применим и к систематизации технических средств. Можно выделить *технические средства реабилитации инвалида* и *технические средства обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры*.

Технические средства реабилитации инвалидов - устройства, содержащие технические решения, в том числе и специальные, используемые для компенсации и устранения стойких ограничений жизнедеятельности инвалида. –К данным техническим средствам относятся инвалидные коляски, трости, слуховые аппараты, и т.п.—Эти технические средства предназначены, как правило, для индивидуального использования.

Технические средства обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры — это пандусы, тактильная плитка, автоматические системы открывания дверей, и т.п. Данные технические средства предназначены для коллективного использования. Они не предоставляются конкретному инвалиду, а устанавливаются стационарно на объекте социальной инфраструктуры, приспособлявая его таким образом для использования различными категориями инвалидов.

Технические средства обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры могут быть классифицированы по функционально-целевому признаку:

1. Технические средства, используемые на территории, прилегающей к зданию (участке);
2. Технические средства, используемые на входе (входах) в здание;
3. Технические средства, используемые на пути (путях) движения внутри здания (в т.ч. путях эвакуации);
4. Технические средства, используемые в зоне целевого назначения здания (целевого посещения объекта);
5. Технические средства, используемые в санитарно-гигиенических помещениях;
6. Технические средства, используемые для создания системы информации на объекте (устройства и средства информации и связи и их системы).

Обеспечение условий доступности для инвалидов объектов учреждений (организаций), предоставляющих услуги населению.

С 01.01.2016 вступил в силу Федеральный закон от 01.12.2014 № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов».

В соответствии со статьей 15 Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» с 01.01.2016 работа по обеспечению условий доступности для инвалидов осуществляется собственниками (пользователями) объектов по отраслевому принципу в соответствии с установленными федеральными органами исполнительной власти порядками по обеспечению условий доступности для инвалидов объектов социальной, инженерной и транспортной инфраструктур и предоставляемых услуг, а также оказания им при этом необходимой помощи в соответствующих сферах деятельности по двум направлениям: обеспечение доступности объектов и обеспечение доступности предоставляемых услуг с учетом проведения собственниками (пользователями) объектов их паспортизации.

По новым объектам (строящимся либо реконструированным) – через организацию должного контроля на этапе проектирования, строительства и сдачи в эксплуатацию.

Обеспечение условий доступности для инвалидов объектов социальной и транспортной инфраструктур обязательно с 01.07.2016 в отношении вновь вводимых в эксплуатацию объектов, а также объектов, прошедших капитальный ремонт и реконструкцию.

При этом обеспечение условий доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры осуществляется с учетом действующих на момент проведения работ требований строительных норм и правил:

до 01.07.2015 обязательных к исполнению при проектировании требований СНиП 35-01-2001 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения», утвержденных постановлением Государственного комитета Российской Федерации по строительству и жилищно-коммунальному комплексу от 16.07.2001 № 73 (в соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации от 21.06.2010 № 1047-р);

с 01.07.2015 обязательных к исполнению при проектировании требований СП 59.13330.2012 «СНиП 35-01-2001 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения», утвержденного приказом Министерства регионального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 605 (в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 26.12.2014 № 1521);

с 01.07.2016 обязательных к исполнению при вводе новых объектов требований СП 59.13330.2012 «СНиП 35-01-2001 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения», утвержденного приказом Министерства регионального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 605 (в соответствии со статьей 26 Федерального закона от 01.12.2014 № 419-ФЗ»);

с 01.08.2020 обязательных к исполнению при проектировании СП 59.13330.2016 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения», утвержденного приказом Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации от 14.11.2016 № 798/пр (в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 04.07.2020 № 985).

с 01.09.2021 обязательных к исполнению при проектировании [СП 59.13330.2020](#) «СНиП 35-01-2001 Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения», утвержденного приказом Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации от 30.12.2020 N 904/пр (в соответствии с постановлением Правительства РФ от 28.05.2021 № 815).

Вопросы к обсуждению:

1. Раскройте такие параметры доступности как досягаемость, безопасность, информативность, комфортность.

2. Назовите основные знаки, пиктограммы, которые используются в рамках организации доступной среды для создания системы информации.

3. Соотнесите понятия «технические средства реабилитации» и «технические средства обеспечения доступности». Можно ли их употреблять как синонимичные?

4. Приведите примеры технических средств реабилитации, диагностики и коррекции в работе с детьми с ОВЗ.

Практические задания:

Задание 1. Подготовьте презентацию с примерами нарушений принципов проектирования градостроительной и архитектурной среды в современном городе (фото, видео личных наблюдений) (опираясь на законодательство, расскажите, как должно быть правильно.

Задание 2. Презентуйте одно техническое средство обеспечения доступности с подробным описанием его устройства и представлением ассортиментного ряда подобных устройств.

Требования к выполнению практического задания: презентация (см. выше)

Задание 2. Проанализировать и законспектировать модели инклюзивного образования для различных нозологий. (Фурьева, Т. В. Модели инклюзивного образования : учебное пособие для вузов. — 2-е изд. — Москва : Юрайт, 2020. — 176 с. — Текст : электронный. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/454537>)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ


№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива (институт) на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 556 от 15.06.2017.	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.		Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____.____.____
3.		Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____.____.____
4.		Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « ____ » _____ 20 ____ года	____.____.____



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

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

 / К.К. Поздняков
«27» апреля 2023 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

**Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»**

**Направленность
«Государственное регулирование в сфере туризма»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
МАГИСТРАТУРЫ**

**Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная**

Москва 2023

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Управление брендом туристских дестинаций» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017 гг № 556, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Крюковой Е.М.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры Сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства
(наименование кафедры)

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
канд.геогр.наук, доцент



В.Ш. Хетагурова

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Директор
ООО «Спутник», Москва



А.В. Горбачевская

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Д-р экон. наук, проф.,

Руководитель центра научных исследований и технического регулирования в сфере услуг, АО «Институт региональных экономических исследований (ИРЭИ)», Москва



Т.И. Зворыкина

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ.....	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	17
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	27
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	27
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	28
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	29
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	31
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	31
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	55
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	55
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	61
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	61
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	64

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 внутрисубъектной 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 включает 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 брендиование 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	

<p>Тема 2.1. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда</p>	<p>факторы, формирующие бренд города; айдентика 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.</p>
<p>Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов</p>	<p>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.</p>

1.2. 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 степенью 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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской

деятельности посредством 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 ставится 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 брендование 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:

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

Раздел 1. Брендинг территории и брендование территории

Тема 1.1. Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий

Иллюстрации:

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ



Бренди́рование террито́рии – процесс создания и развития бренда территории посредством аккумуляции, сохранения и трансляции её уникального духовного, социального, экономического, политического капитала, воплощённого в узнаваемых образах. Процесс развития бренда носит непрерывный характер.

Ими́дж террито́рии – относительно устойчивая и воспроизводящаяся в массовом и/или индивидуальном сознании совокупность эмоциональных, рациональных представлений, убеждений о территории, складывается на основе информации, полученной о территории из различных источников, а также собственного опыта и впечатлений.

Предмет бренди́рования – отличительные особенности и конкурентные преимущества территории, с помощью правильного использования которых создаётся бренд территории.

<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:

Ошибочные стереотипы

- в последнее время понятие маркетинга и брендинга территории обрывает в России вредными стереотипами
- Стереотип № 1: брендинг территории — это прежде всего разработка логотипа территории. Если логотип есть, то можно смело говорить, что брендинг состоялся, бренд города/региона готов.
- Стереотип № 2: имидж города можно разработать, сконструировать, построить, как дом. Это большое заблуждение. Его можно только вырастить, как дерево.
- Стереотип № 3: маркетинг территории можно осуществлять теми же способами, какими фирмы проводят маркетинг своих товаров. На мой взгляд, это не так. Задачи совершенно разные.
- Стереотип № 4: маркетинг территории — то же стратегическое планирование, только с новыми, «модными» словами.

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:

Примеры позиционирования имиджа городов

Территория	Высказывание
Берлин	столица новой Европы
Атланта	центр нового Юга
Коста-Рика	самая стабильная демократия Латинской Америки
Ростов-на-Дону	ворота Кавказа
Нижний Новгород	третья столица, карман России
Пальма де Майорка	солнечная альтернатива Британским островам
Тавланд	туристический рай Дальнего Востока

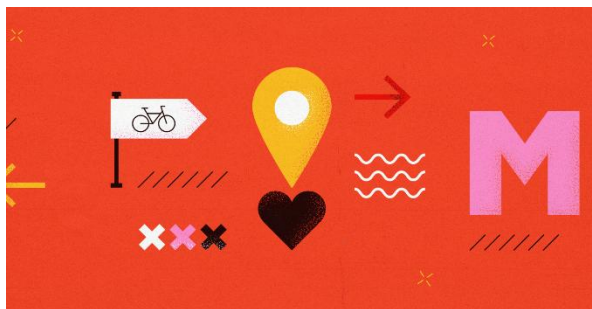


<https://cf.ppt-online.org/files/slide/b/BotGv5FfWYZRJaTKH132LOXIjgPicr7ywkDQ9x/slide-20.jpg>

Методы позиционирования:

- **Метод «УТП».** Необходимо перебрать ВСЕ свойства товара до тех пор, пока не найдется что-то уникальное, что можно об этом товаре сказать. Если в реальности ничего нет, необходимо найти особенность товара, оставшуюся незамеченной, и сделать ее своей.
- **SWOT-анализ.** Сильные стороны - слабые стороны, возможности — угрозы.
- **Метод соответствия.** Выписываются конкуренты и находятся отличия нашего товара от конкурентных товаров.
- **Метод «реестра».** Анализируются рекламные послания конкурентов:
 - спонтанные ассоциации (например, нежность, доброта, чувственность)
 - атрибуты (например, низкокалорийный йогурт)
 - преимущества / выгоды (например, излечивает перхоть)
 - территория (например, страна Marlboro)
 - имидж-герой (например, «Финт» - для тех, кто вправду крут).

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/d/DkocY8fRzWAd6nbFZMa25jqxXupVy0IGP73UNH/slide-21.jpg>



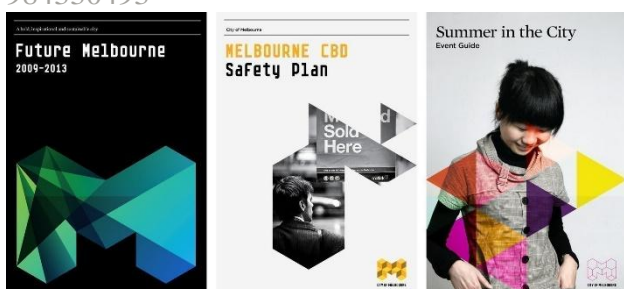
https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



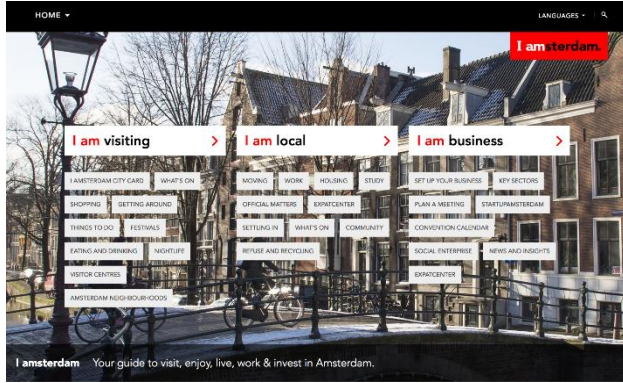
https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



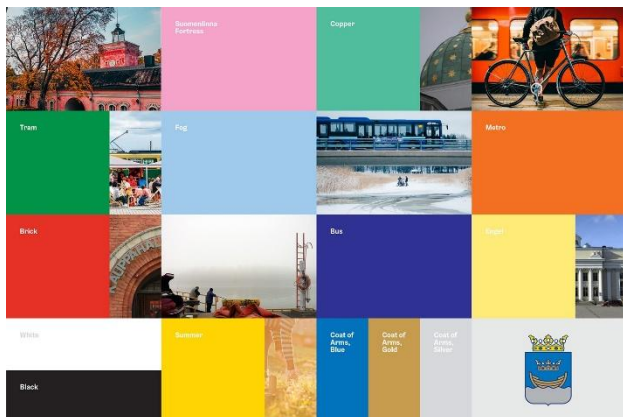
https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



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



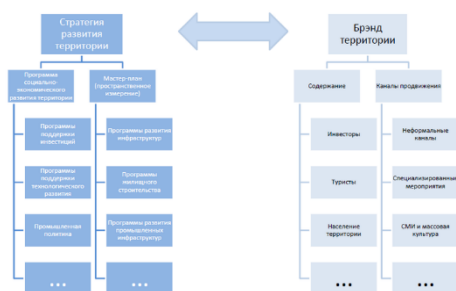
https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493

Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов
Иллюстрации:

Категории брендов региона

КАТЕГОРИЯ	ПРИМЕР
Бренд территории: бренд географического места, района, группы районов, города (в частном случае, присутствует связь с историческим событием)	Тибет Города Средиземноморья Страны бывшего СССР Сибирь Куликово поле и т.п.
Бренд государства и входящие в него административные единицы: бренд земли, штата, области, края, республики, города, района	Улыбнитесь! Вы в Испании Израиль – Земля Обетованная Нью-Йорк – мировой финансовый центр Силиконовая долина Париж - город для влюбленных Санкт-Петербург – культурная столица Иваново - город невест
Бренд производителя или территории происхождения: бренд государства, географический регион, группа районов, городов.	Японская техника Швейцарские часы Венецианское стекло Уральские самоцветы Вологодские кружева Хохломская роспись

<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

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Управление брендом туристских дестинаций» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа.

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

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. 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 насколько осознанно 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 x 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, показывается 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 окончании 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.

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 лекциях или семинарских 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.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

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.

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.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объем 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.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.

2. Правильность оформления титульного слайда.

3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.

5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

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 демонстрируется 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.

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.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене 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.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
<i>ИТОГО:</i>	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ магистратуры в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета (зачета с оценкой).

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной 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 применения 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 отмечаем 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. Манاما 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»)б. 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 территорий.

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, впервые 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=lh5zhphdn380487347>

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 брендование территории

Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий

3. Цели занятия.

- сформировать знания и умения в области применения 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 разнообразие 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 брендинга 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, брендинг территории это значительно более сложная задача, чем создание абстрактной современной айдентики. 4. Отсутствуют общие подходы к формированию практико-ориентированной технологии брендинга 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. Лантева, 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-лидерства Э.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 применения 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 не 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, самодетельного, 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 выполнению 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.е. 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 корпоративной миссией).

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 в 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» по обсуждению проблем конкретной территории. Для команды маркетологов и менеджеров по продажам часто используются тренинги по тематикам: «Техника эффективных переговоров», «Искусство эффективных продаж», «Качество обслуживания», «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. Съёмки 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 по 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-Экспо». 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/kontsepsiya_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 применения 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

	брендинга	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 удастся 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 "БайкалPROекта-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 владем 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 действием 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 Щельково 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 считать 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, социокультурные, 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" изготавливает 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 Ладого, 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 гостя 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 равнодушии 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 брендование 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 брендование территории

Тема 1.2. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий

3. Цели занятия.

- сформировать знания и умения в области применения 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 применения 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 идентичности
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 применения 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 брендинга	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-нейм
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

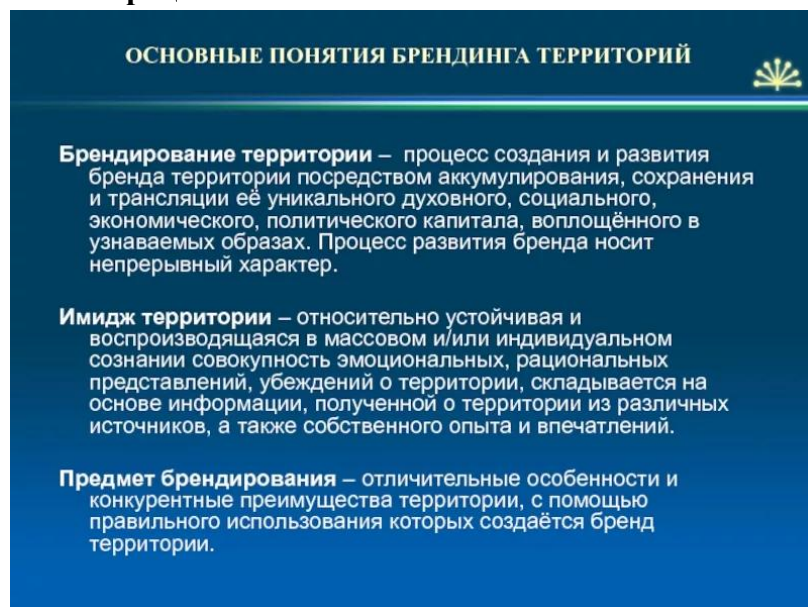
Методические материалы к выполнению см. раздел 2

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

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:

Ошибочные стереотипы

- в последнее время понятие маркетинга и брендинга территории обрывает в России вредными стереотипами
 - Стереотип № 1: брендинг территории — это прежде всего разработка логотипа территории. Если логотип есть, то можно смело говорить, что брендинг состоялся, бренд города/региона готов.
 - Стереотип № 2: имидж города можно разработать, сконструировать, построить, как дом. Это большое заблуждение. Его можно только вырастить, как дерево.
 - Стереотип № 3: маркетинг территории можно осуществлять теми же способами, какими фирмы проводят маркетинг своих товаров. На мой взгляд, это не так. Задачи совершенно разные.
 - Стереотип № 4: маркетинг территории — то же стратегическое планирование, только с новыми, «модными» словами.

https://present5.com/presentation/233887_134109282/image-19.jpg

Соотношение маркетинга и брендинга места



<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:

Примеры позиционирования имиджа городов

Территория	Высказывание
Берлин	столица новой Европы
Атланта	центр нового Юга
Коста-Рика	самая стабильная демократия Латинской Америки
Ростов-на-Дону	ворота Кавказа
Нижегород	третья столица, карман России
Пальма де Майорка	солнечная альтернатива Британским островам
Таиланд	туристический рай Дальнего Востока



<https://cf.ppt-online.org/files/slide/b/BotGv5FfwYZRJaTKH132LOXIjgPicr7ywkdQ9x/slide-20.jpg>

Методы позиционирования:

- **Метод «УТП».** Необходимо перебрать ВСЕ свойства товара до тех пор, пока не найдется что-то уникальное, что можно об этом товаре сказать. Если в реальности ничего нет, необходимо найти особенность товара, оставшуюся незамеченной, и сделать ее своей.
- **SWOT-анализ.** Сильные стороны - слабые стороны, возможности – угрозы.
- **Метод соответствия.** Выписываются конкуренты и находятся отличия нашего товара от конкурентных товаров.
- **Метод «реестра».** Анализируются рекламные послания конкурентов:
 - спонтанные ассоциации (например, нежность, доброта, чувственность)
 - атрибуты (например, низкокалорийный йогурт)
 - преимущества / выгоды (например, излучивает перхоть)
 - территория (например, страна Marlboro)
 - имидж-герой (например, «Финт» - для тех, кто вправду крут).

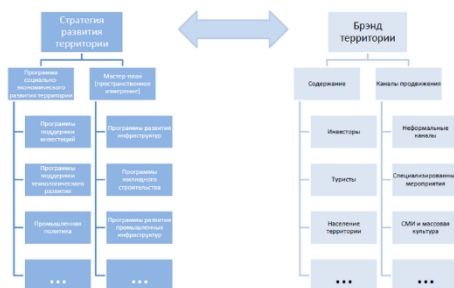
<https://cf.ppt-online.org/files/slide/d/DkocY8fRzWAd6nbFZMa25jqxXupVy0IGP73UNH/slide-21.jpg>

Тема 2.2. Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов Иллюстрации:

Категории брендов региона

КАТЕГОРИЯ	ПРИМЕР
Бренд территории: бренд географического места, района, группы районов, города (в частном случае, присутствует связь с историческим событием)	Тибет Города Средиземноморья Страны бывшего СССР Сибирь Куликово поле и т.п.
Бренд государства и входящие в него административные единицы: бренд земли, штата, области, края, республики, города, района	Улыбнитесь! Вы в Испании Израиль – Земля Обетованная Нью-Йорк – мировой финансовый центр Силиконовая долина Париж - город для влюбленных Санкт-Петербург – культурная столица Иваново - город невест
Бренд производителя или территории происхождения: бренд государства, географический регион, группа районов, городов.	Японская техника Швейцарские часы Венецианское стекло Уральские самоцветы Вологодские кружева Холмогорская роспись

<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

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ


№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива (институт) на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 556 от 15.06.2017.	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20__ года	__-__-__
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20__ года	__-__-__
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20__ года	__-__-__



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

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

 / К.К. Поздняков
«27» апреля 2023 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

АЙДЕНТИКА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Государственное регулирование в сфере туризма»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
МАГИСТРАТУРЫ**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2023

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Айдентика туристских дестинаций» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017 гг № 556, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Крюковой Е.М.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры Сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства
(наименование кафедры)

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
канд.геогр.наук, доцент



В.Ш. Хетагурова

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Директор
ООО «Спутник», Москва



А.В. Горбачевская

(подпись)

Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Д-р экон. наук, проф.,

Руководитель центра научных исследований и технического регулирования в сфере услуг, АО «Институт региональных экономических исследований (ИРЭИ)», Москва



Т.И. Зворыкина

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ.....	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	16
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	26
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	26
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	27
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	28
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	30
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	30
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	49
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	49
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	55
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	55
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	61

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 внутрисубъектной 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 включает 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 основы айдентики туристского пространства	
Тема 1.1. Визуальная айдентика территории как фактор развития туризма	Сущность и содержание термина айдентика. Айдентика туристских территорий. Отражение айдентики в бренде территорий. Айдентика и бренды туристских территорий. Удачные и неудачные примеры реализации айдентики в бренде туристских территорий. Общество, айдентика, бренд.
Тема 1.2. Бренд территории: понятие, элементы, функции	Бренд территории: бренд географического места, района, группы районов, города (в частном случае, присутствует связь с историческим событием). Бренд государства и входящие в него административные единицы: бренд земли, штата, области, края, республики, города, района. Бренд производителя или территории происхождения: бренд государства, географический регион, группа районов, городов.

Раздел 2. Брендинг и ребрендинг территории: понятие, основные виды	
Тема 2.1. Брендинг территории: понятие, основные виды	брендинг территории; бренд-платформа; архитектура бренда; территориальный брендинг. 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 2.2. Ребрендинг территории: понятие и основные цели	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

1.2. 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 степенью 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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством 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 ставится 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 основы айдентики туристского пространства

Тема 1.1. Визуальная айдентика территории как фактор развития туризма

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. Бренд территории: понятие, элементы, функции

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. Брендинг и ребрендинг территории: понятие, основные виды

Тема 2.1. Брендинг территории: понятие, основные виды

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. Ребрендинг территории: понятие и основные цели

Вопросы для самоподготовки:

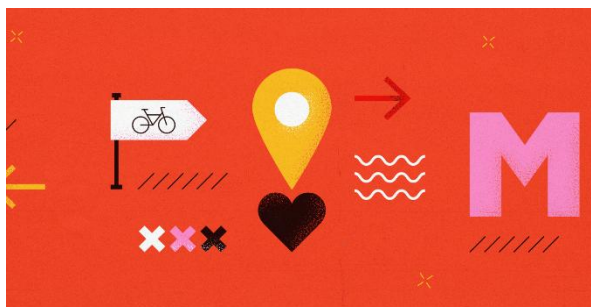
1. Продвижение бренда: прямая и косвенная коммуникация.
2. Приведите примеры городов, туристская привлекательность которых увеличилась после культурных событий
3. Оцените влияние кинематографа на продвижение брендов
4. Приведите примеры городов, туристская привлекательность которых увеличилась после ребрендинга
5. Приведите примеры удачного и неудачного ребрендинга

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

Раздел 1. Теоретические основы айдентики туристского пространства

Тема 1.1. Визуальная айдентика территории как фактор развития туризма

Иллюстрации:



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



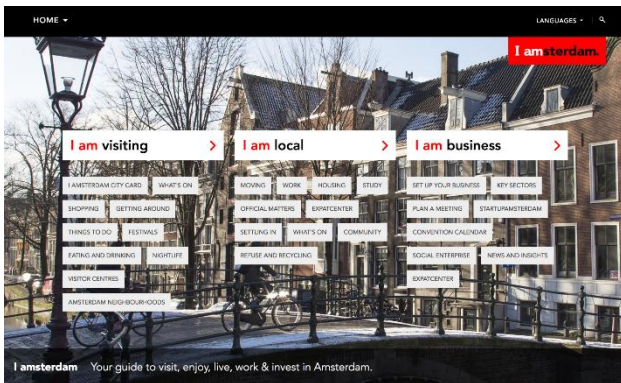
https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



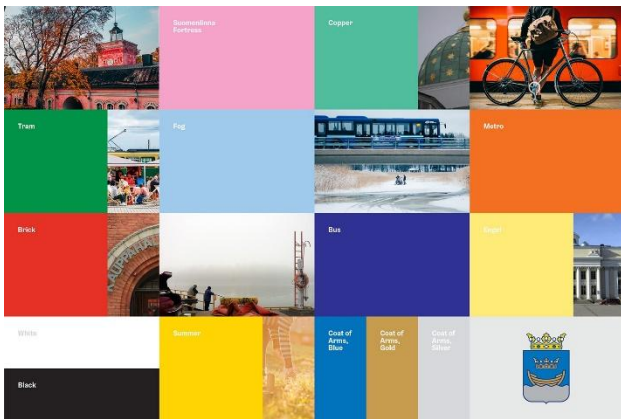
https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



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=1h6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=1h6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=1h6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



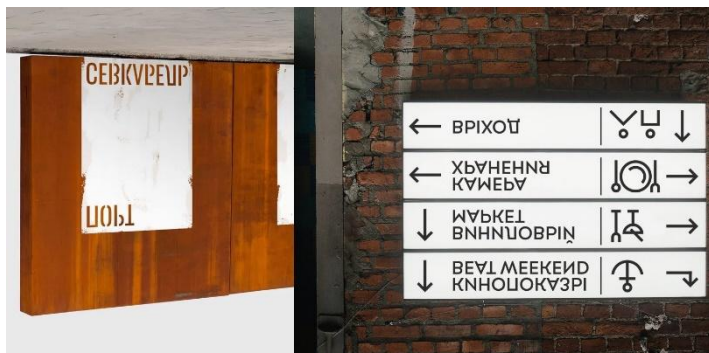
https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



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=1h6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=1h6j73vjp5984330493

Тема 1.2. Бренд территории: понятие, элементы, функции

Иллюстрации:



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=06aca630e63cf94cb9129a68dea87a7f963fc8cc-9197564-images-thumbs&n=13>



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=623774c729d4253df068b0b5c8f2689e2c859e47-8498339-images-thumbs&n=13>

Раздел 2. Брендинг и ребрендинг территории: понятие, основные виды

Тема 2.1. Брендинг территории: понятие, основные виды

Иллюстрации:

Брендинг территорий – в каком мире мы живем?



Павел Родыгин (www.prdesign.ru)

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/b/BotGv5FfWYZRJaTKH132LOXIjgPicr7ywkdQ9x/slide-20.jpg>

Брендинг территорий— это инструмент, который позволяет региону сформулировать свое ключевое преимущество и стать привлекательным для конкретных целевых аудиторий: жителей, власти, инвесторов, туристов.



Брендинг города (региона) – целенаправленная деятельность по созданию и развитию городского (регионального) бренда.



<https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/e/e85MELHojGDAgpcbtVXTFkCh0smnxqPvudJ2IaZil7/slide-10.jpg>

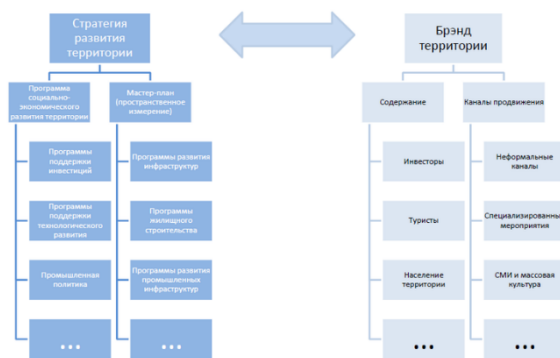
Тема 2.2. Ребрендинг территории: понятие и основные цели

Иллюстрации:

Категории брендов региона

КАТЕГОРИЯ	ПРИМЕР
Бренд территории: бренд географического места, района, группы районов, города (в частном случае, присутствует связь с историческим событием)	Тибет Города Средиземноморья Страны бывшего СССР Сибирь Куликово поле и т.п.
Бренд государства и входящие в него административные единицы: бренд земли, штата, области, края, республики, города, района	Улыбнитесь! Вы в Испании Израиль – Земля Обетованная Нью-Йорк – мировой финансовый центр Силиконовая долина Париж - город для влюбленных Санкт-Петербург – культурная столица Иваново - город невест
Бренд производителя или территории происхождения: Бренд государства, географический регион, группа районов, городов.	Японская техника Швейцарские часы Венецианское стекло Уральские самоцветы Вологодские кружева Хохломская роспись

<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

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Айдентика туристских дестинаций» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа.

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

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. 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 x 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 сверху 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 заслушиванием 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 окончании 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.

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 лекциях или семинарских 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.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

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.

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.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объем 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.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.

2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

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 демонстрируется 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 частности, 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.

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.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене 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.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ магистратуры в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета (зачета с оценкой).

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий

1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. АЙДЕНТИКА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Теоретические основы айдентики туристского пространства

Тема 1.1. Визуальная айдентика территории как фактор развития туризма

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.	Айдентика туристских территорий.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Айдентика и бренды туристских 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. Визуальная айдентика территории как фактор развития туризма

Текст лекции.

Территориальный брендинг становится реальным двигателем и важным ресурсом для региона. Все чаще мы сталкиваемся с мнением, что имидж территории и её репутация в общественно-политических и деловых кругах является основополагающими факторами продвижения внешней и внутренней экономики региона. Репутация становится предпосылкой для ускорения социально-экономического развития, повышение уровня качества жизни населения, поскольку это решает ряд основных вопросов, имеющих важное значение для роста и развития субъектов. Совокупность особенностей территории представляет собой первооснову на которой формируется имидж и репутация. Желанные результаты, которые можно включить после обретения территорией уникального образа бренда – это привлечение инвесторов, туристов, квалифицированных специалистов, абитуриентов учебных заведений, стимулирование экспорта и внутреннего потребления, расцвет культуры, активизирование предпринимательства и многое другое. Термин «айдентика» происходит от английского слова «brand identity» – определения, охватывающее элементы идентификации бренда. Фирменный бренд рассматривает такие понятия как наименование, логотип, фиксированную палитру фирменных цветов, общие принципы композиции, а также поддерживающую фирменный стиль оригинальную графику. Визуальная айдентика работает на обеспечение единства ассортимента товаров и услуг, пространства бренда, а также имиджевой информации, которую бренд должен донести до своего потребителя. Визуальная айдентика бренда подразумевает возможность создания средствами дизайнера узнаваемых символов, образов и значений, способных влиять на целевую аудиторию. Бренд территории представляет собой восприятие ее культурных, природно-климатических, социальных, этнических и других особенностей, заложенных в идею, концепцию бренда, которая оформлена в систему визуальных коммуникаций. Использование бренда региона может внести значительный вклад в формирование позитивного имиджа территории. Не менее важен брендинг территории и для внутренней целевой аудитории – ее жителей, у которых в процессе создания и обсуждения бренда, в процессе его апробации и дальнейшего использования возможно формирование позитивного отношения, патриотизма и любви к своей «малой родине». Необходимо помнить, что фирменный стиль территории – это в первую очередь инструмент для достижения целей, и результат зависит не только от заложенной в него идеи, но и от того, насколько грамотно его используют региональные власти, бизнес. Удачным примером брендинга служит австралийский город Мельбурн, логотип которого подвергся редизайну. Перед создателями стояла непростая задача, сделать инновационный и привлекательный сильный логотип, который бы заменил бы более 40 фирменных знаков, ранее использовавшихся властями города для сопровождения городских событий и мероприятий. Новым логотипом послужила монограмма: заглавная буква в названии города «М» (Рис. 1), оформленная как кристалл, оказалась самостоятельным символом, который не требует дополнительной расшифровки. Дизайнеры учитывали самые последние актуальные тенденции в дизайне (яркие краски, пластичность, градиенты), логотип обладает трансформируемостью образа: его можно изменять, подстраивая под культурные мероприятия, которые проходят в городе. Такое решение позволило адаптировать бренд, под мероприятие, в котором он используется, будь то оформление городских событий, официальных приемов делегаций, оформление городской среды и общественного транспорта, он также активно используется в СМИ, в социальных сетях и в рекламе. Визуальную айдентику можно считать успешной, так как были применены все графические и стилистические средства, что сделало бренд актуальным, конкурентоспособным, эмоциональным. Логотип был тепло принят жителями города, что интенсифицировало его использование в городской среде. По данным официального сайта

города [1] за два года валовой продукт Мельбурна вырос на 10% и составил \$56,8 млрд. За те же два года доходы от внешнего туризма выросли на 5% (до \$3,4 млрд). Таким образом, гибкий и актуальный дизайн логотипа и грамотное его применение позволило решить разноплановые задачи города и достичь основной цели – его развития. Бренд китайского города Гонконга является ярким примером в мировой практике территориального брендинга (Рис. 2). Целью разработчиков была поддержка уже существующих и развитых в городе политических, экономических и социальных направлений, на рост которых могло негативно отразиться воссоединения города с Китаем. В бренде города сочетается Восток и Запад, традиции, инновации и креативные индустрии. Дракон символизирует доброе начало «ян» как культурно-традиционный символ, который стремится в будущее. Ленты хвоста представляют собой гибкость и многогранность городского развития. Красная лента олицетворяет силу духа граждан региона, синяя символизирует бескрайнее небо Гонконга, а зеленая – экологичность. Согласно исследованиям разработчиков, логотип воспринимался положительно как внутренней, так и внешней целевой аудиторией [2]. До воссоединения с Китаем Гонконг был ориентирован прежде всего на Соединенные Штаты Америки. За восемь лет после изменения бренда, было отмечено серьезное перераспределение потоков: культурный и рекреационный туризм в основном из стран Азии, Океании и Австралии; деловой туризм - из Америки, Южной и Юго-Восточной Европы. Также он стал популярным и в Азии, сегодняшний Гонконг – это популярное место у жителей Китая для проведения конференций, встреч и выставок. Логотип датской столицы Копенгаген представили открытым во всех смыслах город и сделали это в виде «кнопки» OPEN, которая является частью названия (Рис. 3). Этот бренд был необходим для привлечения туристического потока, бизнеса, инноваций и т.д. Задача перед дизайнерами состояла в том, чтобы в знаке уместилось все, что может сказать город мировому сообществу о себе. Это комфорт, положительное отношение к окружающей среде и к экологии (треть населения города ездит на велосипедах на работу), толерантность, «дружественность» к туристам, бизнесу, инвестициям, событиям и альтернативам. Поставленная цель была решена – по данным нескольких мировых журналов и неофициальных рейтингов, Копенгаген был признан лучшим городом для велосипедистов (2010, Discovery Communications), занял второе место лучших городов по уровню безопасности (2010, TripAtlas), признан лучшим городом мира для бизнеса (2010, Forbes), является вторым в списке городов-моделей устойчивого развития (2011, Ernst&Young). В 2012 г. датская столица заняла 12-ю позицию рейтинга успешности бренда (Reputation Institute), обойдя крупные города с мировым именем. В российском территориальном брендинге одним из удачных примеров можно считать брендинг города Добрянка Пермского края. В 2012 г. компания «CityBranding» представила для города бренд «Столица доброты» (Рис. 4). Целевой аудиторией проекта были жители города, желающие благополучие и процветание родному краю. Образ-бренд положительно повлиял на развитие города, реализовано более 20 проектов разного масштаба. Обустроена пешеходная улица «Аллея доброты», айдентика активно используется в ежегодном фестивале сладостей, мероприятие создано после брендинга города. Визуальная айдентика активно применяется в культурных и спортивных событиях, в городской среде проходят ежегодные фестивали граффити, она используется для продвижения товаров и услуг – разработана программа «Сделано в столице доброты», в ее сопровождении проходят акции в поддержку города. Проанализировав визуальную айдентическую зарубежных и российских городов, которые можно считать успешными примерами территориального брендинга, можно отметить, что большое значение имеет идея, заложенная в бренд, и ее воплощение в визуальной айдентике, во-вторых, необходимо соблюдение условия

комплексного и системного подхода к внедрению и использованию визуальной айдентики в городской среде, информационно-коммуникационной среде, при продвижении товаров и услуг, оформлении городских мероприятий.

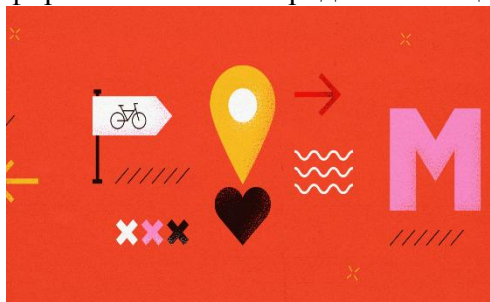
Библиографический список: 1. Сайт города Мельбурн. – URL: <http://www.melbourne.vic.gov.au/sitecollectiondocuments/building-prosperity-together.pdf> (дата обращения 13.04.2017) 2. Сайт города Гонконг. – URL: <http://www.brandhk.gov.hk/html/en/index.html> (дата обращения 11.04.2017)

3. Интернет-журнал Forbes. – URL: <http://www.forbes.ru/stil-zhizni-slideshow/puteshestviya/188010-10-primerov-uspeshnogorebrendinga-gorodov?photo=1> (дата обращения 10.04.2017) 4. Блог Е. Соломина. – URL: <http://evgenysolomin.livejournal.com/14908.html> (дата обращения 13.04.2017) 5. Сайт бренда «Добрянка – столица доброты». – URL: <http://kindacapital.com/page/4> (дата обращения 09.04.2017)

Источник: Мантушкина, А. Ю. Визуальная айдентика территории как фактор развития туризма / А. Ю. Мантушкина, Т. С. Бекетова // Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии : сборник трудов XVI национальной научно-практической конференции студентов и аспирантов, Омск, 21–22 апреля 2017 года. – Омск: Омский государственный технический университет, 2017. – С. 78-80. – EDN YTCNCZ.

Фирменный стиль территорий: примеры и особенности

Чем бренд Амстердама отличается от бренда пива Heineken? Разбираемся, как создаётся фирменный стиль городов и локаций.



vlada_maestro / shutterstock

Миграция в современном мире происходит очень интенсивно: даже пандемия не смогла полностью её остановить. Люди ездят в туристические места на отдых, отправляются в другие города и страны для учёбы и работы или переезжают насовсем. Точно так же, как бренды конкурируют за клиентов, города конкурируют за человеческий капитал, инвестиции и туристов.

И, раз уж города становятся похожими на коммерческие предприятия, им тоже нужен фирменный стиль. Территориальная айдентика — это актуальное направление, которое расцвело в XXI веке.

И нашим, и вашим: для кого это делают

В развитии брендов территорий можно выделить два вектора: создание фирстиля для туристов и для местных жителей. Иногда обе цели удаётся объединить, а иногда нет.

Туристический фирменный стиль рассчитан прежде всего на дизайн сувениров. Многие логотипы городов создавались именно для этого. Вероятно, первым удачным кейсом была работа Милтона Глейзера I love NY: логотип появился в семидесятых годах прошлого века, но по сей день используется на сувенирной продукции и известен людям во всём мире.



Благодаря этому символу любви город впервые стал брендом

Логотип Нью-Йорка создан для туристов. Это была продуманная маркетинговая кампания, чтобы привлечь людей посетить Нью-Йорк. Интересно, что сейчас это действительно один из самых желанных городов для любителей путешествий. В середине прошлого века он был бизнес-столицей — люди попросту не понимали, зачем проводить там свой отпуск. Зато теперь бюджет Нью-Йорка получает огромный доход от отдыхающих — город посещает более 60 млн туристов ежегодно.

Можно ли представить себе местного жителя в футболке с надписью I love NY? Вероятно, да. Но нигде, кроме сувениров, логотип не фигурирует. На сайтах городских служб и в социальной рекламе его тоже трудно представить. Во-первых, для широкого использования нужна полноценная айдентика, логотип не везде удобен для размещения. Во-вторых, он включает в себя слоган, который уместен не во всех случаях.

Фирменные стили территорий, ориентированные на местных жителей, стали делать уже в 2000-х годах. Один из первых успешных примеров — это айдентика австралийского Мельбурна.



Проект был реализован в 2009 году

Концепция фирменного стиля Мельбурна основана на букве М, которую можно закрасить множеством разных способов, и на цветных треугольниках — они образуют основную версию логотипа. Дизайн сразу был задуман не только для туристов, но и для жителей: лого легко адаптируется для оформления транспортной сети, муниципальных сайтов, городских мероприятий. И этот масштабный проект был благополучно реализован на практике!



Айдентика очень гибкая, она узнаваема благодаря логотипу, фирменному шрифту, треугольникам и ярким цветам

Что особенного в фирменных стилях мест

Фирстилю Мельбурна уже больше десяти лет, и за это время многие крупные города успели обзавестись своими символами, шрифтами и паттернами. Теперь можно говорить о тенденциях в айдентике территорий. Она не похожа на привычные нам бренды ритейла и сферы услуг и на традиционные символы городов — гербы.

В отличие от гербов, элементы фирстиля мест годятся для массового тиражирования и легко узнаваемы. Герб — это государственный символ, сложный для широкой публики, и он вряд ли заманит туристов в город. В дизайне от герба мало толку — разве что разместить его где-нибудь в уголке. Креатива, как в айдентике Мельбурна, точно не получится.

Поэтому логотипы городов никак нельзя спутать с гербами. Но и от привычных нам фирстилей коммерческих брендов городская айдентика тоже отличается.

Подходит на любой случай

Фирстиль больших компаний обычно многофункциональный. Элементы дизайна украшают упаковки продуктов, сайты, форму сотрудников, офисы и мерч. В целевую аудиторию могут входить представители прессы или компании-партнёры. Но это не так масштабно, как целый город. У компании может быть несколько специализаций, но это не сравнится с количеством муниципальных институтов.

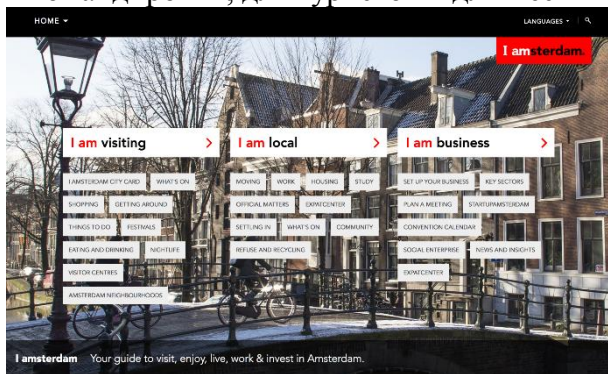
Даже если бренд территории рассчитан на туристов, сейчас вместо логотипов стараются делать полноценную айдентику. Как минимум использовать фирменные цвет и шрифт.



Несложная айдентика Амстердама прекрасно размещается на разных носителях: от проездных билетов и брендированных поездов до сувениров и путеводителей

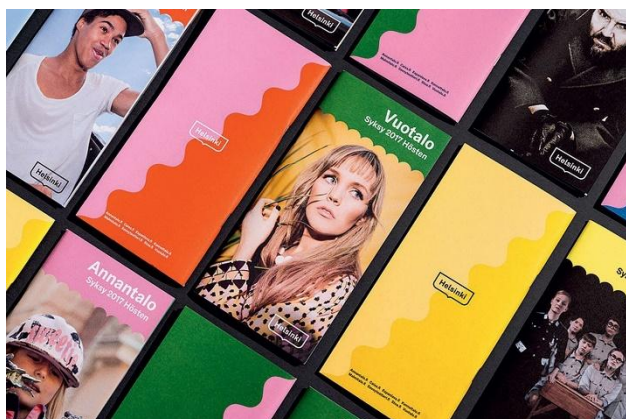
Современные городские бренды используют фирменный дизайн не только на кружках и футболках, но и на носителях, с которыми люди сталкиваются повседневно. Это стирает границы между условным «брендом для жителей» и «брендом для туристов»: элементы айдентики становятся частью города, и с ними взаимодействуют все.

Давайте вернемся к бренду Амстердама: здесь удачен не только дизайн, но и слоган. Вот так, например, выглядит оформление информационного сайта — для людей, приезжающих в командировки, для туристов и для местных.



Простота фирменного стиля дополнена удачным месседжем, а сам слоган «Я есть Амстердам» легко трансформируется в «я турист», «я местный», «я по работе»

Фирменный красный цвет Амстердама, кстати, заимствован из его герба. Узкая цветовая палитра — это скорее редкость для городской айдентики, которая осложняет её использование. Очень часто, под стать Мельбурну, в айдентике мест используют широкую цветовую палитру: есть узнаваемые формы и знак, а цвета сильно варьируются. Этот прием есть в фирстиле Парижа, Белфаста, Хельсинки и других городов.

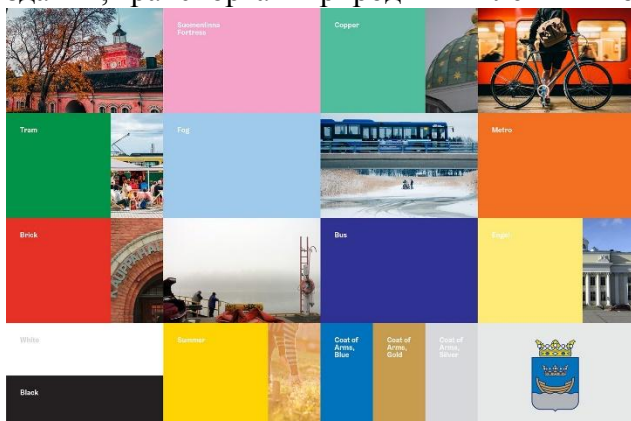


Так выглядит фирменный стиль финской столицы

Вписан в городскую среду

Любой фирмостиль бренда должен сочетаться с носителями. Сложность городской айдентики в том, что в качестве носителя выступает целый город. Афиша или вывеска с символикой может размещаться буквально где угодно. И везде должна хорошо смотреться.

Давайте снова посмотрим на айдентику Хельсинки: цвета в ней не случайны. Это цвета зданий, транспорта и природных явлений в городе.



Розовая крепость, красный кирпич, голубой туман и зелёный трамвай — эти вещи формируют облик города и отражены в дизайне

Ещё один любопытный пример — фирмостиль города Порту. Его элементы имитируют знаменитую португальскую плитку, которой отделаны фасады зданий.



Так это выглядит

Если у брендов в традиционном понимании основная цель — запомниться и выделиться, то для городов-брендов требуется оставаться комфортным местом для жизни. Поэтому особенно важно, как элементы дизайна вписаны в ландшафт: айдентика должна быть почти незаметной, но функциональной.

Помогает сориентироваться на местности

Визуальные коммуникации — важная часть любого города. Карты, указатели и вывески нужны как туристам, так и местным, особенно если речь — о крупных мегаполисах.

В Амстердаме на многих указателях и вывесках фигурирует фирменный красный цвет.



Так, например, выглядит велосипедная парковка

В Осло фирменный шрифт изначально разработан на основе тех табличек, которые были в городе.



Конечно, шрифт в логотипе не повторяет указатели в точности, но форма букв во многом совпадает. Самая характерная деталь — изгиб буквы L

Ещё один пример использования фирстиля в городских коммуникациях — из Порту. Как мы помним, фирменный цвет города — синий, цвет португальской плитки.



Вывеска, показывающая дорогу к временному рынку на время ремонта основного здания. Мы видим здесь фирменные цвет и шрифт

Можно ли заниматься таким дизайном в России

В России в последние годы создается множество логотипов территорий. Помните нашумевший не так давно фирменный знак Петербурга?



Этот знак породил много шуток: в ремейках были неблагозвучные названия других российских городов с переносом слогов

Логотипы в разных регионах бывают более и менее удачные. Но у нас точно нет примеров всеобъемлющей городской айдентики, затрагивающей все сферы жизни. Чтобы внедрить её в социальные службы, требуются средства, которые вряд ли быстро окупятся. Поэтому большинство фирменных стилей создаются для туристических сувениров.

Даже туристические логотипы не всегда приживаются. У многих городов существует несколько символов, и они всплывают время от времени в разном контексте. Так происходит не только в России: например, в Париже есть два логотипа, которые отнюдь не используют повсеместно.

С брендингом городов дела обстоят непросто. Зато у нас активно развивается брендинг городских и загородных локаций — не таких крупных, как целый город. Это некоммерческие пространства, которые живут за счёт находящихся на их территории сувенирных лавок, музеев и кафе. Также в них проводят лекции, выставки, концерты и другие мероприятия. Дизайн этих пространств по своей задумке очень похож на городскую айдентику.



Дизайн городского арт-пространства на территории старого завода. Айдентика очень простая и многофункциональная, грубый шрифт и картинки сочетаются с эстетикой завода, и продуманы указатели, важные для любой территории

Айдентика для городских пространств может быть не менее интересной, чем для целого города. А если хочется замахнуться на более масштабный проект, можно начать с кейса для портфолио. И известные дизайн-студии, и новички часто выбирают айдентику городов и стран как тему для личных проектов.



Совсем недавно, например, студия Лебедева представила забавный логотип Беларуси. Фирстиль мест выгоден для портфолио. Все имеют базовое представление о крупных городах и странах — так проще оценить работу. А отсутствие устоявшихся брендов российских городов может быть только плюсом: такую работу не будут сравнивать с оригиналом, в отличие от редизайна известных коммерческих брендов.

Источник:

https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Что такое айдентика и зачем она нужна?
2. Базовые элементы айдентики?
3. Чем айдентика отличается от фирменного стиля?
4. Основные виды айдентики: динамическая и статическая?
5. Как выбрать тип айдентики?
6. Как создать свою айдентику?
7. Примеры айдентики брендов?

1. Учебная дисциплина. АЙДЕНТИКА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Теоретические основы айдентики туристского пространства

Тема 1.2. Бренд территории: понятие, элементы, функции

3. Цели занятия.

- сформировать знания и умения в области применения 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.

№	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
---	---------------------	----------------------------

п/п		
1.1.	Бренд территории	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Бренд государства и входящие в него административные единицы	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. Бренд территории: понятие, элементы, функции Текст лекции.

Бренд территории – это уникальный эмоционально-позитивный образ, обусловленный природными, историческими, производственными, социально-культурными и др. особенностями территории, ставший широко известным общественности.

Брендинг территории – это процесс формирования и управления брендом; он включает в себя его создание, усиление, продвижение, обновление, возможное репозиционирование, ребрендинг.

Брендинг территории предполагает использование технологий формирования особого ее образа и отношения к ней целевой аудитории. Он является предпочтительным способом ее идентификации, выделения среди других стран/регионов, привлечения к ней внимания потенциальных потребителей и в конечном итоге — важнейшим способом реализации конкурентных преимуществ территории.

Рекламисты определяют бренд как:

- Название, символ, знак, термин или любая другая характеристика, которая бы идентифицировала товар или услугу как отличную от других.

- Сумму всех характеристик, материальных или нематериальных, которая делает коммерческое предложение уникальным.

- Неосязаемую сумму свойств продукта: его имени, упаковки и цены, его истории, репутации и способа рекламирования.

- Сочетание впечатления, который он производит на потребителей и результатом их опыта в использовании бренда.

Бренд территории — это:

- уникальный эмоционально-позитивный образ, обусловленный природными, историческими, производственными, социально-культурными и др. особенностями территории, ставший широко известным общественности;

- обещание потребителям территории желаемых потребительских качеств;

- гарантия качественного удовлетворения запросов потребителя территории, получения определенных выгод;
- повышенный субъективный уровень ценности территории для потребителя и его удовлетворенности, формируемый через позитивные ассоциации, побуждающие к потреблению территории и напоминающие о ней;
- важнейший фактор конкурентных преимуществ и доходов территории, ценный актив национальной/региональной экономики.

Бренд территории: бренд географического места, района, группы районов, города (в частном случае, присутствует связь с историческим событием) Тибет Города Средиземноморья Страны бывшего СССР Сибирь Куликово поле и т.п.

Бренд государства и входящие в него административные единицы: бренд земли, штата, области, края, республики, города, района Улыбнитесь! Вы в Испании Израиль – Земля Обетованная Нью-Йорк – мировой финансовый центр Силиконовая долина Париж - город для влюбленных Санкт-Петербург – культурная столица Иваново - город невест

Бренд производителя или территории происхождения: бренд государства, географический регион, группа районов, городов. Японская техника Швейцарские часы Венецианское стекло Уральские самоцветы Вологодские кружева Хохломская роспись

Источник: <https://cyberpedia.su/1x73b2.html?ysclid=1hbjtjacqb544439231>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

8. Символика и айдентика города: содержание и отличие?
9. Что такое идентичность города?
10. Какие основные положения теории бренд-лояльности покупателей?
11. Какие основные положения «Западной» концепции бренд-культуры?
12. Какие основные положения «Азиатской» концепции бренд-культуры?
13. Какие основные положения «Зонтичной» концепции бренд-культуры?

1. Учебная дисциплина. АЙДЕНТИКА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Брендинг и ребрендинг территории: понятие, основные виды

Тема 2.1. Брендинг территории: понятие, основные виды

3. Цели занятия.

- сформировать знания и умения в области применения 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	Брендинг территории	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. Брендинг территории: понятие, основные виды
Текст лекции.

Задача брендинга — сформировать положительный образ у пользователей и потребителей, а также увеличить узнаваемость продукта, услуги, объекта и так далее. От аналогов конкурентов бренд отличается элементами фирменного узнаваемого стиля. А сегодня это понятие применимо не только к товару, но и к определенной территории. В статье рассказываем о том, что такое территориальное брендование, зачем оно нужно, как создается и почему влияет на экономику в целом, а также рассмотрим успешные примеры создания привлекательного образа местности.

Что такое территориальный брендинг

В 2002 году независимый политический советник по вопросам построения национального бренд-имиджа государства Саймон Анхольт впервые употребил термин «брендинг мест». Понятие стало противовесом ранее используемому и активно развивающему брендингу, сфокусированному на каком-то одном факторе. Например, на туризме.

Анхольт разработал концепцию конкурентной идентичности. Для наглядного отображения он представил графическую модель термина — шестиугольник с главными элементами современного бренда территории:

туризм;

люди;

культура и наследие;

экспортные бренды;

бизнес и инвестиции;

внутренняя и внешняя политика.

Исходя из этой модели, можно дать определение понятиям.

Территориальный бренд — это бренд страны, региона или другой ограниченной территории, который является ключевым продвигающим фактором, опирающимся на культурные, социальные, политические, экономические ресурсы рассматриваемого объекта.

Брендинг территории — это направленное создание образа или имиджа страны, поселения, района в глазах местной и мировой общественности.

В результате формирования бренда происходит поиск, выражение и развитие местной идентичности, а также представление ее в виде запоминающихся и интересных для аудитории образов.

От популярности в целом до удержания населения: зачем нужен территориальный брендинг

Приступая к развитию бренда местности, необходимо определиться с целями. Главная цель брендинга территории — обеспечение долгосрочной и выгодной позиции на рынке, присутствие объекта в средствах массовой информации, узнаваемость, популярность, заинтересованность в нем инвесторов.

В последнее время территориальный брендинг в России активно развивается. И это объясняется рядом факторов:

кризис идентичности территорий;

повышение конкуренции между городами и регионами за человеческие, финансовые и информационные ресурсы;

качественный бренд становится серьезным инструментом в области социально-экономического развития;

существующие стратегии продвижения часто не работают и показывают положительные результаты только в отчетах на бумаге;

нарушение многолетних социальных, экономических и культурных связей из-за активного развития телекоммуникаций и транспорта.

Формируя бренд территории, можно решить несколько задач:

создать и улучшить имидж объекта;

привлечь туристов и инвесторов;

«удержать» коренное население.

Обычно брендинг территории представляет собой одну или несколько оригинальных концепций. Их число зависит от объема и сложности задач, стоящих перед разработчиками. Аудитория, на которую направлена работа, — это туристы, местные жители или инвесторы. Заказчиками концепций, как правило, выступают городские власти или меценаты.

Не только для туристов: как связан брендинг и инвестирование

С повышением уровня урбанизации возникла необходимость в привлечении инвестиций для стимуляции и развития. В решении этого вопроса можно и даже нужно использовать брендинг. Создание положительного образа места влияет в первую очередь на самих жителей. Это определяет то, как они себя чувствуют, устраивает ли их уровень жизни. Если людям комфортно, они будут поддерживать и вовлекаться в процесс продвижения. И станут лучшей рекламой для инвесторов.

Развитый, интересный с точки зрения туризма городок будет постоянно привлекать гостей. А это значит, что возрастет потребность в развитии инфраструктуры. Грамотный инвестор сразу заметит свободную или низкоконкурентную нишу и вложит средства в выгодный проект.

Начиная работу по привлечению инвестиций, важно решить, какие именно секторы экономики нуждаются в поддержке. Город можно позиционировать как территорию со множеством учебных заведений или как источник ценных природных ресурсов с доступной рабочей силой. Можно сделать упор на туризм, рассказывая о преимуществах климата, природы местности.

Важно найти именно то направление, которое станет «золотой жилой» и привлечет максимальное вливание средств.

Особенности

Приступая к процессу, важно учитывать некоторые принципы. Главные требования к работе — оригинальность и трудность дублирования. При создании образа города или региона

не стоит использовать шаблоны и повторения. Нужно выработать свою уникальную стратегию, которая при этом не будет противоречить идентичности местности. Чем полнее и корректнее отражена целостность и самобытность объекта, тем благосклоннее отнесется к результатам работы целевая аудитория.

Главные характеристики города не могут определяться «сверху». Его ценности и характерные особенности выявляет рабочая группа, состоящая из квалифицированных специалистов в различных областях.

Основное правило создания бренда — использование только проверенной, истинной информации.

Среди всех типов территориальных брендов самыми устойчивыми признаны городские. Это связано с тем, что подобные объекты не так активно подвергаются политическим и экономическим рискам, как, например, бренды стран или крупных корпораций.

Образ города формируется исходя из мнения местного населения (городская идентичность) и его восприятия извне (имидж). Таким образом, бренд города — это городская идентичность, комплексно отображенная в сильных и интересных идеях, символах, ценностях, традициях, образах и нашедшая наиболее полное и точное отражение в имидже.

Чем больше объект, тем масштабнее идеи, предлагаемые в качестве главной линии развития. При этом концепций может быть много, что на первый взгляд может показаться положительным нюансом. Однако за каждым направлением стоят свои последователи и инициативные группы. У этих людей свое видение того, как должен быть представлен объект. В результате нередко разворачивается бурная деятельность по отстаиванию интересов и город просто «растягивают» на части, потому что возникает идея создать и продвигать несколько концепций. Но это путь в никуда. В процессе развития Москвы, Рима, Нью-Йорка и других крупных мегаполисов были с трудом определены идеи, которые объединили все стратегически важные темы.

Но есть и города, в которых, не смотря на популярность, не так много достопримечательностей и визуальных особенностей. Например, Брюссель — это бельгийская столица, которая у большинства опрошенных ассоциируется всего лишь со статуей «Писающий мальчик». В то же время имидж некоторых мегаполисов, например, Лондона, размывается из-за чрезмерного вложения в запоминающиеся здания и события. Местным властям нужно проанализировать, реально ли то представление, которое они хотят воплотить в одной или нескольких достопримечательностях.

Поэтому так важно разработать долгосрочную, эффективную, точную стратегию, которая приведет к успеху.

Основные виды

Территориальный бренд в зависимости от уровня охвата аудитории может относиться к одному из трех видов:

локальный;

национальный;

мультинациональный.

Рассмотрим каждый подробнее.

Локальный или местный — это бренд определенной территории, который определяется границами поселения. Сегодня крупные компании занимаются продвижением сильных локальных брендов вместо размытых национальных на благо привлечения не только посетителей, но и инвесторов, которые вкладывают немалые суммы в развитие инфраструктуры, бизнеса перспективной территории. Яркий пример — курортные города и

районы, например, Сочи, Краснодарский край, Геленджик, Ялта, Ибица, Мадейра, Бора-Бора и другие.

Национальный бренд характеризует отдельное государство. Для его формирования и развития требуются немалые вложения. В результате продвижения страна получает определенную репутацию.

Мультинациональный или мировой бренд использует одни и те же стратегические принципы позиционирования и маркетинга по всему миру. При этом отдельные мероприятия могут различаться в зависимости от национальных особенностей страны.

Этапы брендинга территории

Создание бренда — довольно сложный, многоэтапный процесс. Разрабатывая и реализовывая стратегию, важно учитывать множество факторов, которые оказывают влияние на успех проекта.

Каждый отдельный случай предполагает свой алгоритм продвижения. Однако можно выделить основные этапы, которые присущи практически любой стратегии:

Этап 1. Определение территориальных границ, постановка целей и задач

Здесь нужно учитывать исторические корни. Также стоит рассмотреть разные элементы, которые подчеркивают целостность объекта. Это могут быть культурные особенности, символика, наличие природных ресурсов и прочее. Определяя задачи, учитывайте внутренние и внешние факторы, которые влияют на развитие.

Этап 2. Выявление целевой аудитории

Это один из важнейших этапов работы. В качестве опытных групп привлекаются местные жители, гости, бизнесмены, инвесторы.

Этап 3. Проведение кабинетных и полевых исследований

Их цель — выявление особенностей в области политики, экономики, культуры и социального сектора. Исследоваться могут проблемы общества, уровень инфраструктуры, общее благосостояние жителей или поселения.

Этап 4. Создание платформы территориального бренда, определение стратегий развития и позиционирования

Платформа должна содержать информацию об особенностях и компетенции объекта, уровне его дифференциации. Архитектура часто содержит много элементов, каждый из которых может быть сам по себе мини-брендом.

Этап 5. Определение визуальной символики

Без применения этих атрибутов обеспечить узнаваемость и популярность объекта практически невозможно. Когда у потребителей постоянно перед глазами появляется логотип, слоган, фирменный стиль и другие визуальные компоненты, они быстрее запоминаются. При этом важно обеспечить гармоничное использование символики в городской среде.

Этап 6. Формирование имиджа и выявление каналов продвижения.

Лучшие мировые практики брендинга территории показали, что для достижения положительных результатов необходимо применять ряд инструментов. Они позволяют:

улучшить конкурентоспособность местности;

обеспечить экономическую и социальную конъюнктуру товаров и услуг;

повысить приток покупателей и вкладчиков.

Каждый инструмент брендинга может относиться к одной из четырех групп:

Стратегические. Нужны для определения сути объекта и выделения его основных качеств. В результате разрабатывается слоган, формируется миссия и стратегия развития места.

Символические — это комплекс визуальных методов для воздействия на целевую аудиторию (сувенирная продукция, создание дизайна атрибутов и другое).

Рекламные. Предполагают размещение рекламы в СМИ (телевидение, пресса, интернет).

PR-инструменты — это ряд мероприятий, строящийся на предоставлении обществу разных данных о местности и привлечении его к совместной работе.

От Перми и Тамбова до Нью-Йорка и Парижа: примеры территориального брендинга

В мировой и отечественной практике есть много ярких примеров брендинга местности. Рассмотрим самые интересные.

Один из классических примеров нестареющего брендинга мегаполиса — Нью-Йорк. Всем известная фраза «I love NY», которую можно увидеть на сувенирной продукции, рекламных плакатах, в транспорте и в других местах города, повысила объем туристических посещений более чем в 110 раз за один год.

Несложно догадаться, что является символом самого романтического города — Парижа. Конечно, Эйфелева башня. Дизайнеры обыграли эту достопримечательность и использовали ее в написании буквы «А» в слове Paris. При этом брендом столицы Франции стала фраза «Paris Je t'aime («Париж, я люблю тебя»).

Привлекает внимание логотип Мельбурна. Это монограмма, обозначающая постоянные перевоплощения. Форма напоминает многогранный кристалл. Разнообразие цветов лого показывает, что общество разнообразно так же, как и культура, искусство. Фирменный стиль Мельбурна прослеживается в оформлении архитектурных сооружений, зданий.

В России также немало хороших примеров брендинга. На сегодня лучшим территориальным брендом РФ признан город Пермь. В 2009 году был представлен логотип — красная буква «П». Вся стратегия продвижения основана не на исторических событиях, достопримечательностях, пришедших к нам из прошлого, а на современности. Искусство, дизайн модных творцов стали основой брендинга. При этом местные власти оказывают неплохую поддержку регулярного характера. Айдентика Перми соответствует позиционированию города как «новой культурной столицы Европы». Сегодня работы продолжаются: разработан собственный шрифт, логотип используют повсеместно, даже на тротуарной плитке и канализационных люках. По всей территории устанавливаются скульптуры и арт-объекты. Здесь регулярно проводятся культурные мероприятия.

Многие российские города активно развиваются и продвигают себя как перспективные центры для конгрессов, симпозиумов, форумов и других крупных встреч. Например, Санкт-Петербург старается закрепить за собой статус места проведения экономического форума. Поселения, расположенные на Дальнем Востоке, не отстают в этом вопросе и быстрыми темпами подбираются к Санкт-Петербургу, Москве и другим крупным городам европейской части страны.

Интересный шаг в брендинге — использование негативных сторон. Например, при въезде в Тамбовскую область можно увидеть довольно симпатичного тамбовского волка. Слоган местности — «Тамбовский волк — надежный товарищ». Обернул недостатки в достоинства и Урюпинск. Он назвал себя столицей российской провинции, подкрепив это слоганом «Я брошу все и уеду в Урюпинск».

Выводы

Власти многих городов и стран давно осознали, насколько важную роль играет брендинг местности. В связи с этим мегаполисы приобретают новые облики, привлекая тем самым туристов и инвесторов. Кроме этого, местные жители, осознав красоту,

интересность и достояние своей родины все чаще остаются дома, отказываясь от переезда в другие регионы и страны.

Потому что брендинг способствует развитию места, созданию благоприятных условий для проживания и ведения бизнеса на благо экономики в целом.

Источник: <https://www.os-design.ru/blog/brending-territorii-osnovnye-ponyatiya-vidy-i-primery-?ysclid=lh6jxblld8h877317959>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Практические примеры формирования брендинга территории
2. Логотип места: современные подходы к формированию территориальной айдентики
3. Понятие территориального маркетинга.
4. Территориальный маркетинг как фактор государственного и муниципального управления.
5. Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы.
6. Целевые аудитории в территориальном маркетинге: виды и их особенности.

1. Учебная дисциплина. АЙДЕНТИКА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Брендинг и ребрендинг территории: понятие, основные виды

Тема 2.2. Ребрендинг территории: понятие и основные цели

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 брендинга	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Ребрендинг туристской территории	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.

Ребрендинг– изменение бренда. Один из маркетинговых инструментов. Выражается в смене названия или логотипа компании, ее идеологии или, например, в обновлении визуального оформления бренда, выборе новой рекламной стратегии и др. Причем полной ликвидации старого бренда может и не быть.

Ребрендинг включает в себя целый комплекс действий, в т. ч. таких, как рестайлинг и репозиционирование. В целом это очень затратный, достаточно длительный и многоэтапный процесс. В некоторых ситуациях гораздо проще и дешевле вместо старого бренда создать новый.

Как правило, к ребрендингу прибегают в следующих случаях:

- компании требуется финансовое оздоровление;
- кардинально изменился рынок, и бренд перестал вписываться в новые рыночные условия. Иначе говоря ила бренда ослабла, он устарел;
- бренд компании перестал работать как надо, стал утрачивать свои уникальные качества;
- для новых возможностей компании требуется усилить существующий бренд. Часто фирмы проводят ребрендинг на пике своего развития;

- бренд изначально неверно отражал деятельность компании;
- необходимо подчеркнуть уникальность бренда;
- нужно привлечь новых клиентов и повысить лояльность существующих;
- компания сменила направление бизнеса, изменилась целевая аудитория.

Источник: <https://cyberpedia.su/1x73b2.html?ysclid=lh6jtpacqb544439231>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятие комплекса средств территориального маркетинга.
2. Сущность отдельных средств (инструментов) территориального маркетинга: территориальный продукт, цена территориального продукта, локализация территориального продукты, продвижение территориального продукта.
3. Маркетинговая среда территории: внутренняя и внешняя.
4. Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге.
5. Разновидности территориального маркетинга в зависимости от уровня объекта анализа.
6. Специфика и роль маркетинга территорий в зависимости от уровня объекта анализа.
7. Теоретические аспекты позиционирования в территориальном маркетинге: общее и специфическое для каждого уровня.

**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. АЙДЕНТИКА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Теоретические основы айдентики туристского пространства

Тема 1.1. Визуальная айдентика территории как фактор развития туризма

3. Цели занятия.

- сформировать знания и умения в области применения 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.	Айдентика туристских территорий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Айдентика и бренды туристских 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. Классификация атрибутов бренда.
2. Перечислите классификацию товарных знаков.
3. Перечислите элементы классификации вспомогательных констант бренд-стиля
4. Перечислите элементы классификации основных констант бренд-стиля
5. Перечислите элементы классификации основных элементов бренд-вёрстки

6. Чем отличается понятие субэтнос в концепции «субэтнического» брендинга К.Микитьянца от понятия «трайб» В. и V.Cova?

1. Учебная дисциплина. АЙДЕНТИКА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Теоретические основы айдентики туристского пространства

Тема 1.2. Бренд территории: понятие, элементы, функции

3. Цели занятия.

- сформировать знания и умения в области применения 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.	Бренд территории	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Бренд государства и входящие в него административные единицы	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. Конкурентоспособность территории: теоретические аспекты, технологии измерения и оценки.
2. Имидж как конкурентный ресурс территории.
3. Брендинг территорий.
4. Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории.
5. SWOT: анализ положения и перспектив территории.
6. PEST-анализ, как инструмент изучения внешней среды

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. АЙДЕНТИКА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Брендинг и ребрендинг территории: понятие, основные виды

Тема 2.1. Брендинг территории: понятие, основные виды

3. Цели занятия.

- сформировать знания и умения в области применения 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	Брендинг территории	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. Цели, задачи, инструменты программы продвижения территории.
2. Реструктуризация информационной среды как вариант продвижения территории.
3. Роль и значение образования в программе продвижения территории.
4. Роль и значение рекламы в продвижении территории.
5. PR как инструмент продвижения.
6. Понятие, задачи и инструменты Интернет-маркетинга в управлении продвижением территории.
7. Виды маркетинговых стратегий территории.
8. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга.
9. Маркетинг достопримечательностей как элемент привлечения потенциальных покупателей.

1. Учебная дисциплина. АЙДЕНТИКА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Брендинг и ребрендинг территории: понятие, основные виды

Тема 2.2. Ребрендинг территории: понятие и основные цели 3. Цели занятия.

- сформировать знания и умения в области применения 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 брендинга	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Ребрендинг туристской территории	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 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

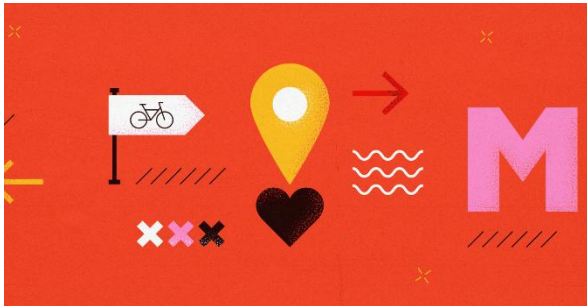
Методические материалы к выполнению см. раздел 2

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Раздел 1. Теоретические основы айдентики туристского пространства

Тема 1.1. Визуальная айдентика территории как фактор развития туризма

Иллюстрации:



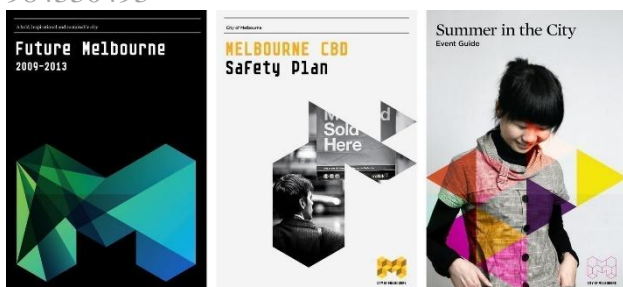
https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



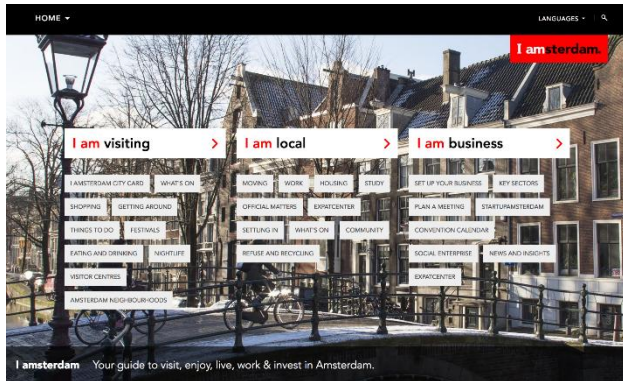
https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



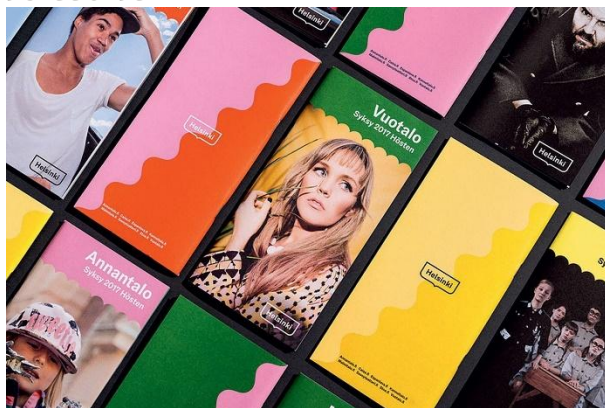
https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



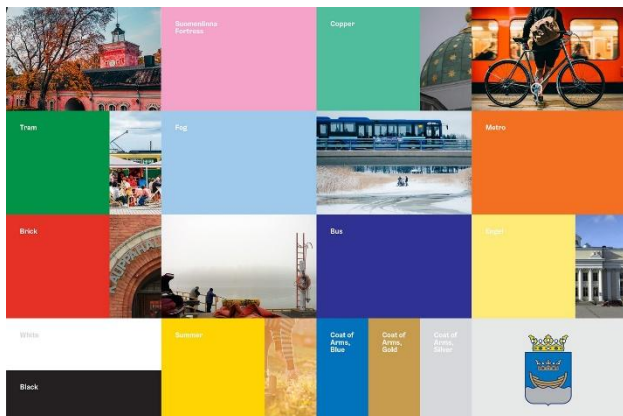
https://skillbox.ru/media/design/firmennyy_stil_territoriy_primery_i_osobennosti/?ysclid=lh6j73vjp5984330493



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=lh6j73vjp5984330493

Тема 1.2. Бренд территории: понятие, элементы, функции
Иллюстрации:



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=06aca630e63cf94cb9129a68dea87a7f963fc8cc-9197564-images-thumbs&n=13>



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=623774c729d4253df068b0b5c8f2689e2c859e47-8498339-images-thumbs&n=13>

Раздел 2. Брендинг и ребрендинг территории: понятие, основные виды

Тема 2.1. Брендинг территории: понятие, основные виды

Иллюстрации:

Брендинг территорий – в каком мире мы живем?



Павел Родькин (www.prdesign.ru)

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/b/BotGv5FfWYZRJATKH132LOXIjgPicr7ywkdQ9x/slide-20.jpg>

Брендинг территорий— это инструмент, который позволяет региону сформулировать свое ключевое преимущество и стать привлекательным для конкретных целевых аудиторий: жителей, власти, инвесторов, туристов.



Брендинг города (региона) – целенаправленная деятельность по созданию и развитию городского (регионального) бренда.



<https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/e/e85MELHojGDAgpcbtVXTFkCh0smnxqPvudJ2IaZil7/slide-10.jpg>

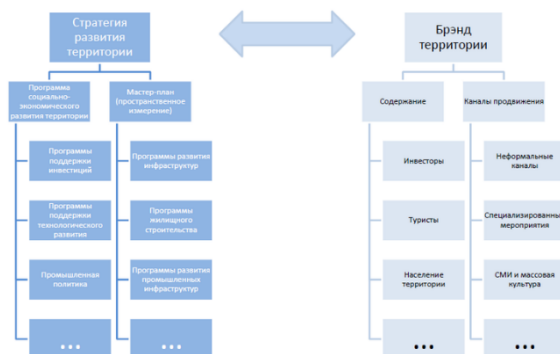
Тема 2.2. Ребрендинг территории: понятие и основные цели

Иллюстрации:

Категории брендов региона

КАТЕГОРИЯ	ПРИМЕР
Бренд территории: бренд географического места, района, группы районов, города (в частном случае, присутствует связь с историческим событием)	Тибет Города Средиземноморья Страны бывшего СССР Сибирь Куликово поле и т.п.
Бренд государства и входящие в него административные единицы: бренд земли, штата, области, края, республики, города, района	Улыбнитесь! Вы в Испании Израиль – Земля Обетованная Нью-Йорк – мировой финансовый центр Силиконовая долина Париж - город для влюбленных Санкт-Петербург – культурная столица Иваново - город невест
Бренд производителя или территории происхождения: бренд государства, географический регион, группа районов, городов.	Японская техника Швейцарские часы Венецианское стекло Уральские самоцветы Вологодские кружева Хохломская роспись

<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

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива (институт) на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 556 от 15.06.2017.	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20__ года	__-__-__
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20__ года	__-__-__
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » _____ 20__ года	__-__-__



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

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета экономики и управления

Солодуха П.В.

26 апреля 2023 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ И ПРОГРАММАМИ

Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»

Направленность
«Государственное регулирование в сфере туризма»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
МАГИСТРАТУРЫ

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2023

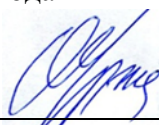
Методические материалы по дисциплине (модулю) «Управление проектами и программами» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017гг № 556, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм* (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Управление проектами и программами» разработаны канд. социол. наук, доцентом кафедры современного государственного и муниципального управления факультета экономики и управления Рогач О.В.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры современного государственного и муниципального управления факультета экономики и управления

Протокол № 9 от «26» апреля 2023 года


Заведующая кафедрой
Д-р социол. наук, профессор



(подпись) О.А. Уржа

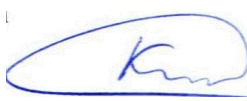
Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

Аппарат Государственной думы
Федерального собрания РФ,
руководитель аппарата Комитета
Государственной Думы РФ по
федеративному устройству и вопросам
местного самоуправления



(подпись) И.В. Бабичев


Ассоциация «Единое общероссийское
объединение муниципальных
образований (Конгресс)»,
заместитель исполнительного директора



(подпись) И.А. Кононенко


Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Д.э.н., профессор
Финансового университета
при Правительстве РФ



(подпись) И.Ю. БЕЛЯЕВА

Согласовано
Научная библиотека, директор



(подпись) И.Г. МАЛЯР

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	7
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	11
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	20
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	29
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	29
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	29
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	30
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	32

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. 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 внутрисубъектной 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 включает 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. ПРОЦЕДУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ НА ЭТАПАХ ЕГО ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА.	
Тема 1.1. Концептуальные основы разработки проекта. Ключевые фазы, методы и показатели эффективности.	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 работы, 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.
Тема 1.2. Роль субъектов управленческой деятельности при разработке и реализации проекта.	Организационная структура управления проектом, принципы построения организационных структур управления проектами, факторы выбора организационных структур управления проектами, влияние корпоративной культуры на выбор организационной структуры

	<p>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.</p>
<p>РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММОЙ И ПОРТФЕЛЕМ ПРОЕКТОВ</p>	
<p>Тема 2.1. Организационные основы управления программой</p>	<p>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 (РЗМЗ). 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.</p>
<p>Тема 2.2. Процедуры управления портфелем проектов: сущность, основные этапы, оптимизация и эффективность.</p>	<p>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.</p>

1.2. 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 степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- 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 элементы условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской

деятельности посредством 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.

- 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 ставится 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 фантастических. 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 (технология), 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. ПРОЦЕДУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ НА ЭТАПАХ ЕГО ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА.

Тема 1.1. Концептуальные основы разработки проекта. Ключевые фазы, методы и показатели эффективности.

Вопросы 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).

Тема 1.2. Роль субъектов управленческой деятельности при разработке и реализации проекта.

Вопросы для самоподготовки:

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.

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММОЙ И ПОРТФЕЛЕМ ПРОЕКТОВ

Тема 2.1. Организационные основы управления программой

Вопросы для самоподготовки:

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.

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

Вопросы для самоподготовки:

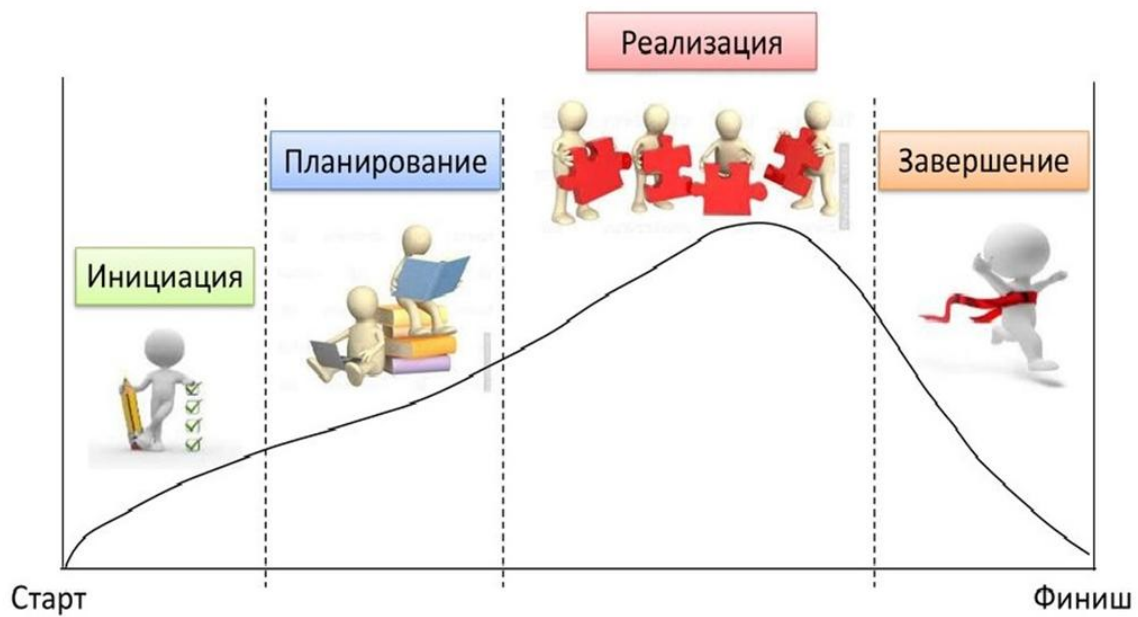
1. Требования к управлению программой.
2. Требования к управлению портфелем проектов.
3. Процесс планирования содержания и выгод программы.
4. Преимущества управление портфелем проектов
5. Сущность управления портфелем проектов.
6. Виды портфелей проектов.
7. Формирование портфеля проектов.
8. Жизненный 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.
Показатели эффективной реализации Национальных проектов и программ.

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

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

Тема 1.1. Концептуальные основы разработки проекта. Ключевые фазы, методы и показатели эффективности.

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



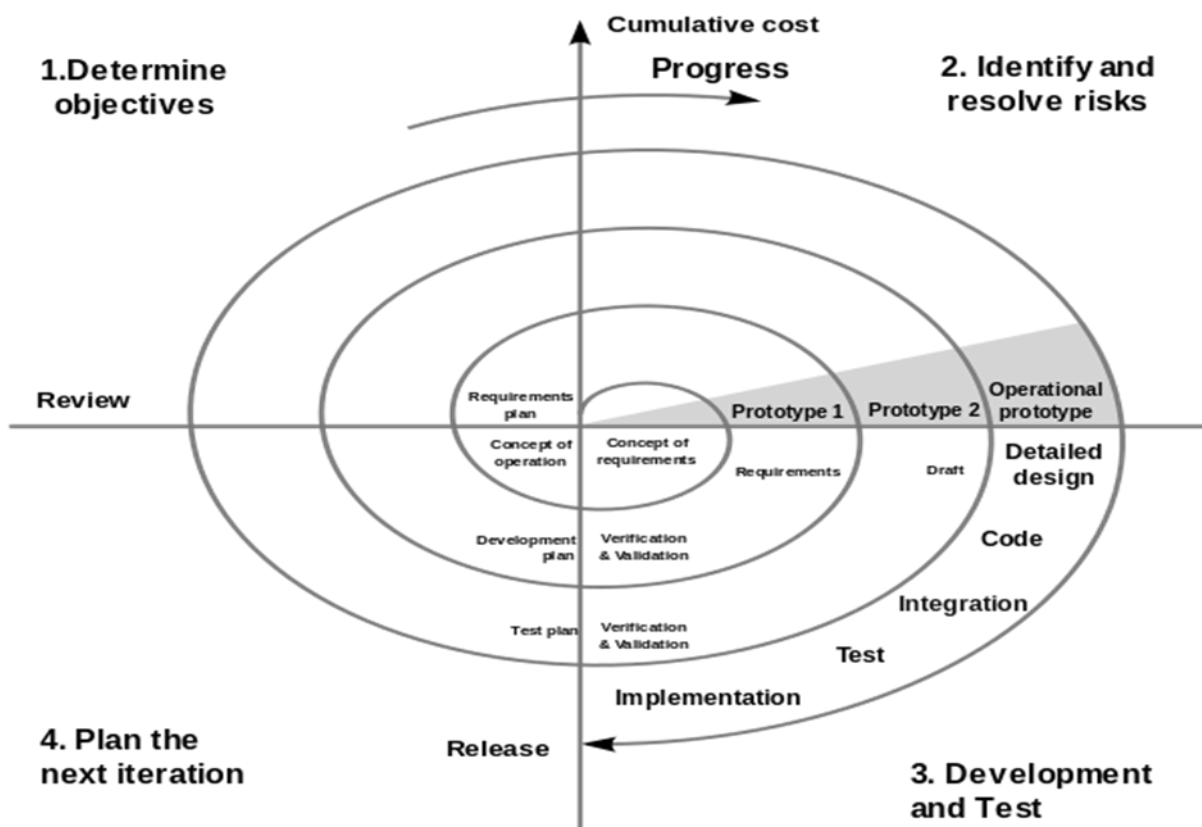
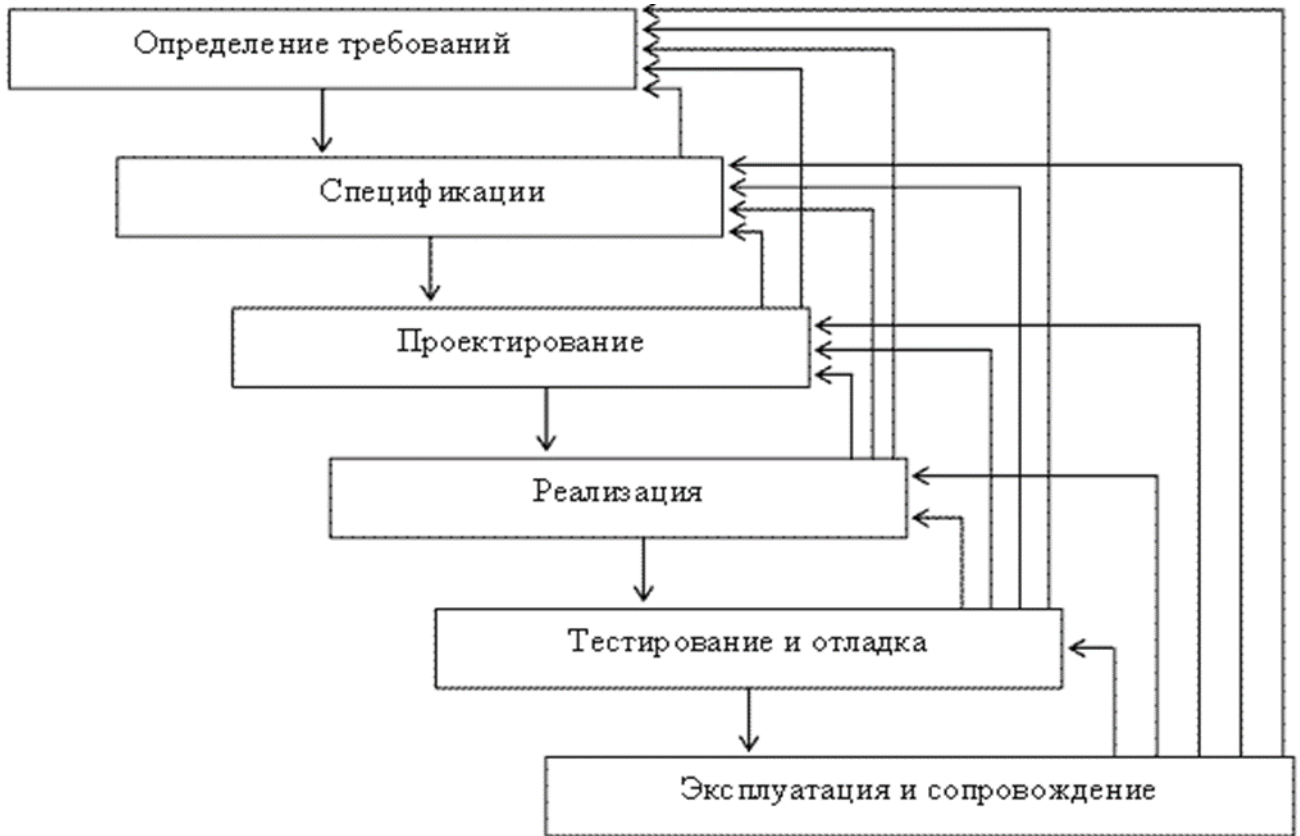




Таблица №3 Сравнение показателей проекта и показателей конкурентов.

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

Тема 1.2. Роль субъектов управленческой деятельности при разработке и реализации проекта.



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

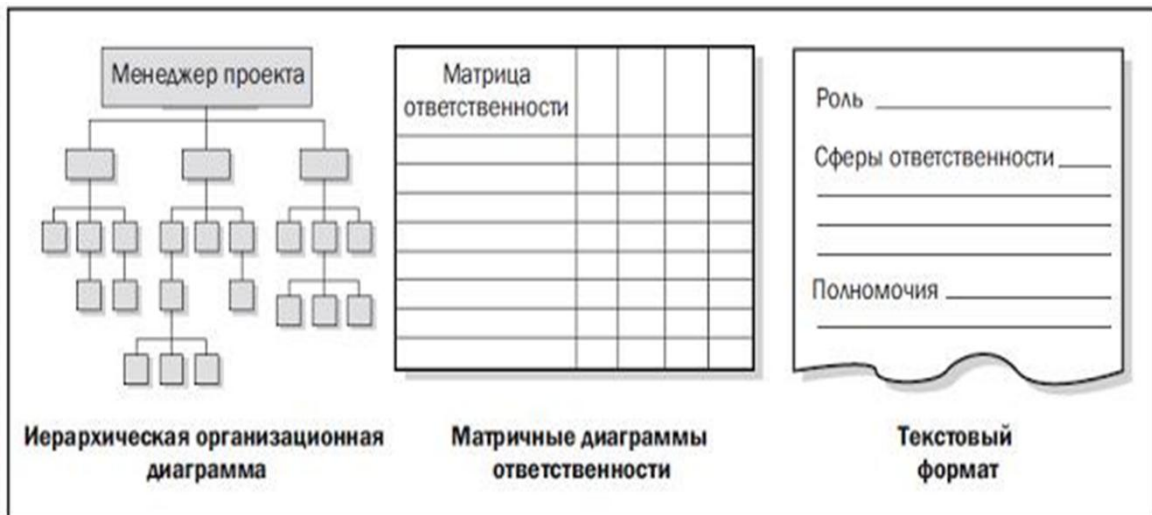
- каким образом осуществляется руководство рабочей командой

Взаимодействие

- какие формы отношений используются в процессе функционирования рабочей команды

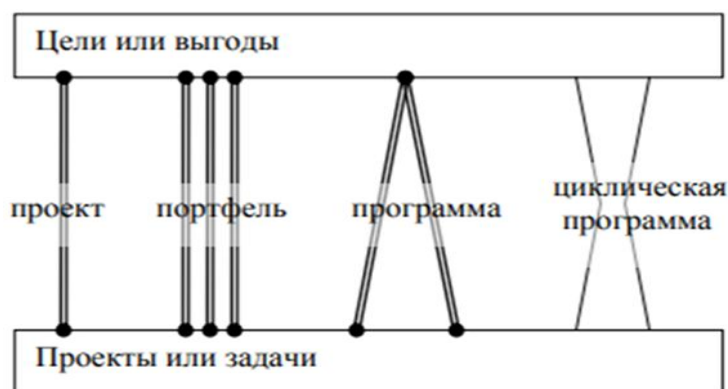
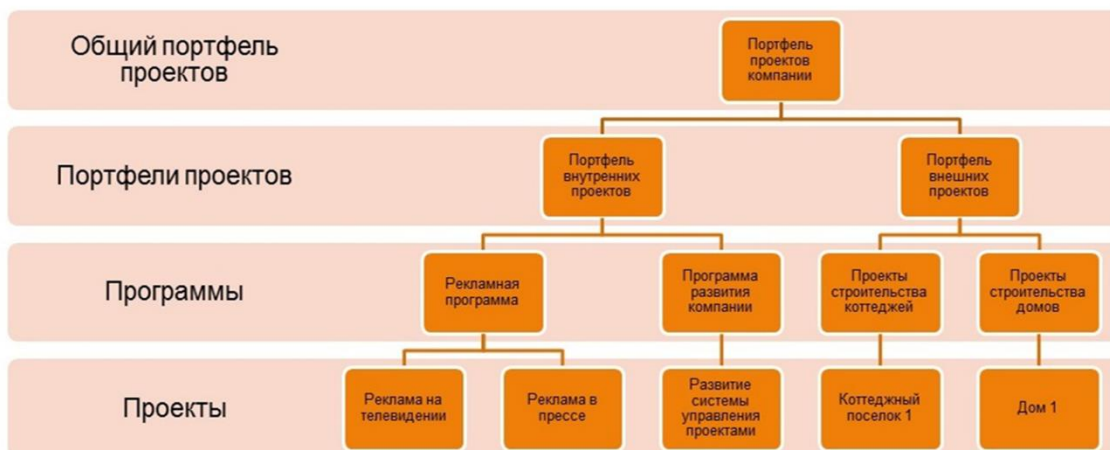
Методы

- какими способами и средствами пользуются команды для достижения поставленных целей

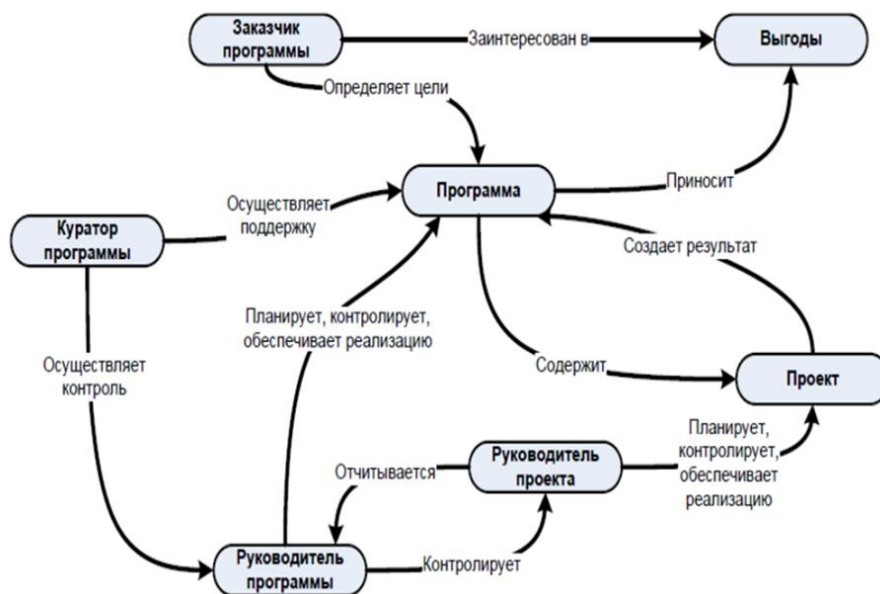


РАЗДЕЛ 2. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОГРАММОЙ И ПОРТФЕЛЕМ ПРОЕКТОВ

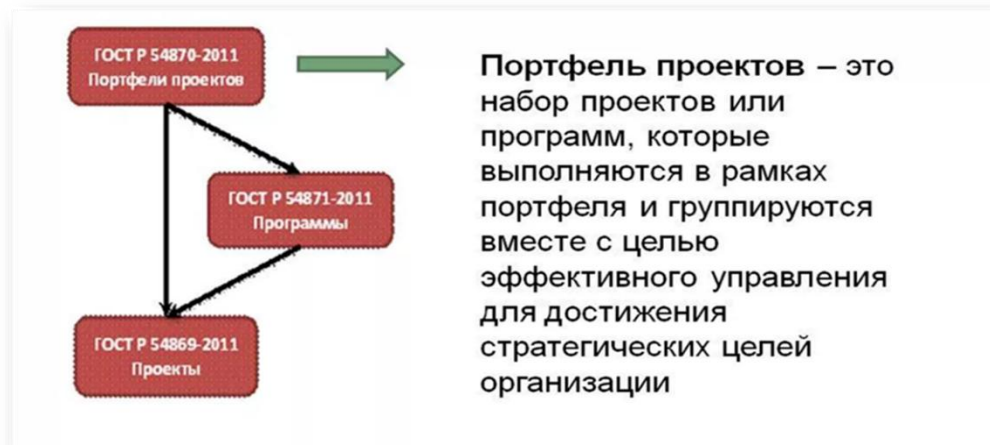
Тема 2.1. Организационные основы управления программой



Основные понятия менеджмента программы и их взаимосвязь



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

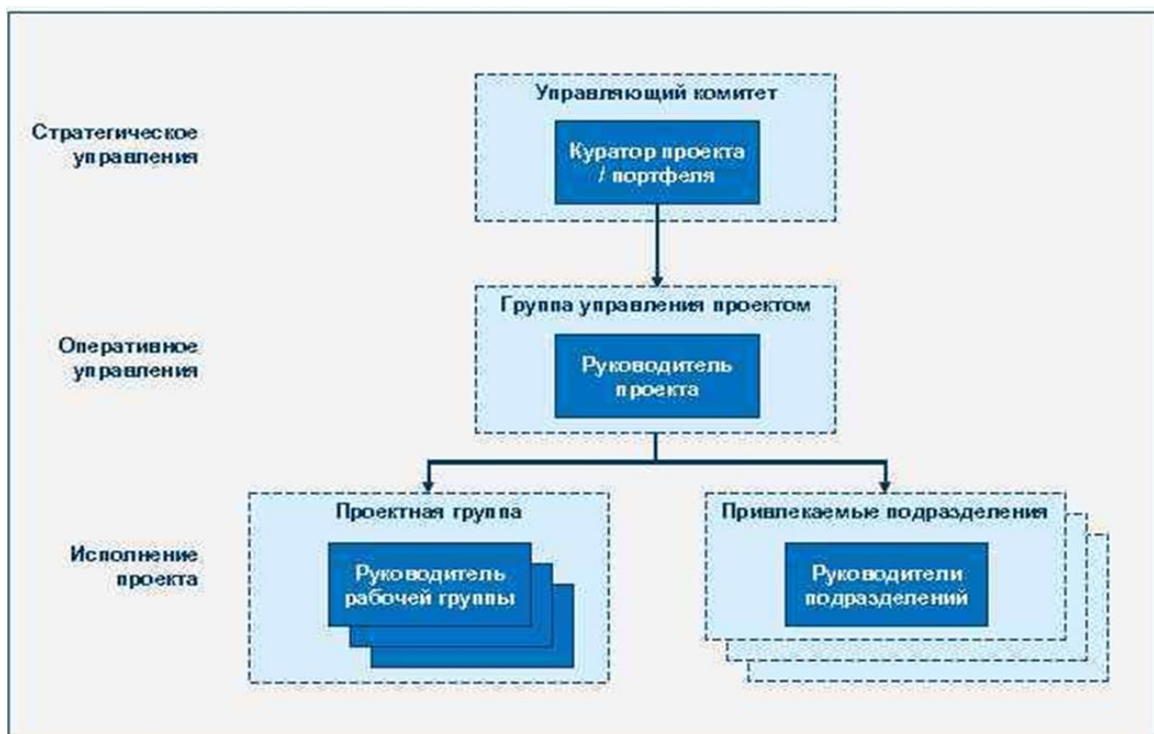


Задачи портфельного управления проектами:

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

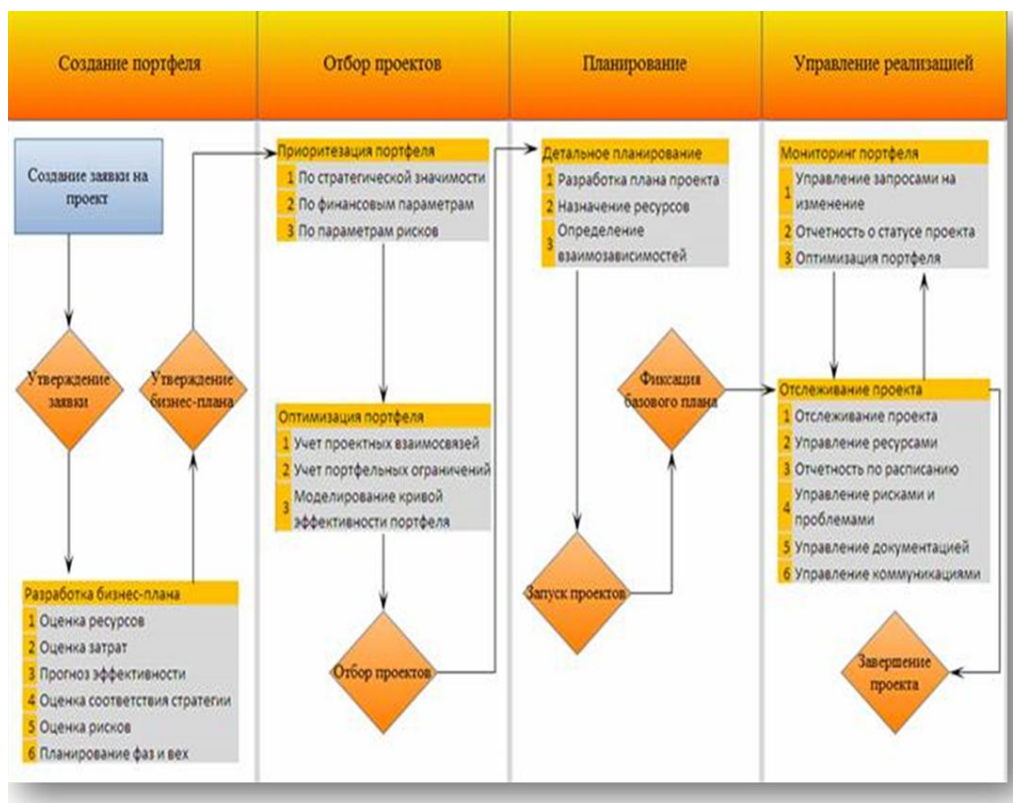
Преимущества управление портфелем проектов

- 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 взаимосвязь





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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Управление проектами и программами» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

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 его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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 занятию семинарского типа.

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

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 в области медицины 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. 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 x 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 разъяснить 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 окончании 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.

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 лекциях или семинарских 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.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

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.

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.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объем 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.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.

5. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

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 демонстрируется 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 частности, 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.

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.

Методические материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленную 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 учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к зачету, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете 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.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам магистратуры в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным

образовательным программам высшего образования - программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива (институт) на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 556 от 15.06.2017.	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » ____ 20 ____ года	__-__-____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » ____ 20 ____ года	__-__-____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » ____ 20 ____ года	__-__-____