




**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)**

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО И  
МЕЖДУНАРОДНОГО 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) «Современные технологии и организация внутреннего и международного 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 15.06.2017 г № 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 .....  | 12 |
| 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ .....  | 23 |
| 3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) .....  | 23 |
| 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 |
| Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю) .....   | 26 |
| КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 26 |
| Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) .....                             | 48 |
| КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 48 |
| Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....  | 63 |
| УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 63 |
| ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....   | 65 |

# 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   |
|--|---|
| <b>Раздел 1. Индустрия внутреннего туризма и особенности ее формирования</b>   |   |
| <b>Тема 1.1. Виды и разновидности внутреннего туризма. Инклюзивный туризм. Особенности развития внутреннего туризма</b>          | Основные виды внутреннего туризма: лечебно-оздоровительный, экологический, познавательный; основные разновидности: сафари, деревенский, ностальгический, юношеский, инклюзивный туризм, шопинг и интенсив туры. Процесс производства национального туристического продукта. Абсолютные и относительные преимущества России в производстве турпродукта. Современная интерпретация теории жизненного цикла турпродукта. |
| <b>Тема 1.2. Министерство экономического развития Российской Федерации: продвижение действующих и создании новых направлений</b> | Туристский имидж РФ. Инновационные направления развития внутреннего туризма - горнолыжный; экологический; экстремальный; речные круизы и др. туры. Динамика туризма и путешествий в России. Основные направления путешествий. Особо охраняемые природные  |

|   |  |
|---|--|
| внутреннего туризма   | территории. Рекреационное районирование России. Туристские центры и местности России.  |
| <b>Раздел 2. Экономика и организация международного туризма основные экономические законы и категории в туризме</b> |  |
| <b>Тема 2.1. Теоретические и практические основы международного туризма</b>   | Специфика и состав туристической индустрии. Понятие туристической индустрии, ее роль и место в мировой экономике. Структура туристической индустрии. История туризма. Социально-психологические факторы в туризме. Социально-психологические аспекты развития туризма. Понятие туристической мотивации; типология туристов. Экономика и организация международного туризма. Основные экономические законы и категории в туризме. Анализ макроэкономического фактора туристической деятельности. Раскрытие основных финансово-экономических показателей деятельности турфирмы и особенности организации турпоездки. Туризм и региональная экономика. Страхование в международном туризме. Правовое обеспечение туристической деятельности. Правовое регулирование туристической деятельности. Основные правила и формальности международных путешествий. Организация средств размещения. Транспортное обеспечение международного туризма. |
| <b>Тема 2.2. География международного туризма</b>   | Туристические ресурсы зарубежной Европы. Скандинавские страны. Средиземноморский европейский курортный очаг. Страны Западной Европы. Альпийские страны Европы. Страны Центральной и Восточной Европы. Туристические ресурсы Америки. Северная и Центральная Америка. Островные государства и территории Карибского бассейна. Южная Америка. Туристические ресурсы Африки. Северная Африка. Юго-Восточная и Южная Африка. Западная Африка. Туристические ресурсы Азии и стран Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР). Рекреационный потенциал и современное развитие туризма в Азии. Рекреационный потенциал и современное развитие туризма в Австралии и Океании.   |

### ***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. Индустрия внутреннего туризма и особенности ее формирования**

##### **Тема 1.1. Виды и разновидности внутреннего туризма. Инклюзивный туризм. Особенности развития внутреннего туризма**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Характеристика России как туристского региона.
2. Факторы, оказывающие влияние на развитие туризма в России.

3. Отличительные черты туризма в России.
4. Анализ динамики развития туризма в России.

## **Тема 1.2. Министерство экономического развития Российской Федерации: продвижение действующих и создания новых направлений внутреннего туризма**

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Характеристика рекреационного потенциала России.
2. Динамика туристских потоков.
3. Характеристика одной из рекреационных зон России по следующему плану:
  - географическое положение;
  - природно-рекреационный потенциал;
  - культурно-исторические ресурсы;
  - основные направления туризма;
  - основные центры туризма;
  - место в туристской индустрии России.

## **Раздел 2. Экономика и организация международного туризма основные экономические законы и категории в туризме**

### **Тема 2.1. Теоретические и практические основы международного туризма**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. География видов туризма в РФ
2. Внутренний туризм
3. Въездной туризм
4. Социальный туризм
5. Самостоятельный туризм

### **Тема 2.2. География международного туризма**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. География туристических ресурсов мира
2. Международный туризм как фактор совершенствования отраслевой структуры хозяйства
3. Международный туризм и проблемы рационального природопользования
4. Всемирная туристская организация
5. Классификация международных туристских организаций, их цели и задачи.

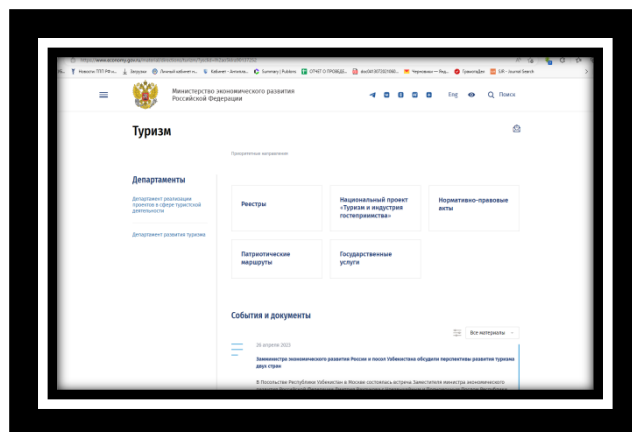
### ***1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)***

## **Раздел 1. Индустрия внутреннего туризма и особенности ее формирования**

### **Тема 1.1. Виды и разновидности внутреннего туризма. Инклюзивный туризм. Особенности развития внутреннего туризма**

#### **Иллюстрации:**





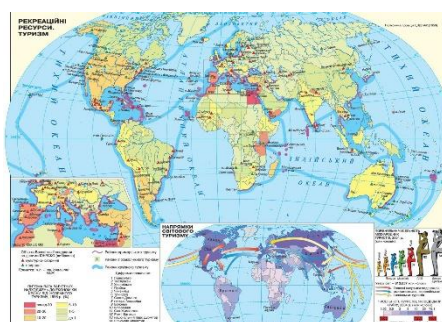
## Раздел 2. Экономика и организация международного туризма основные экономические законы и категории в туризме

### Тема 2.1. Теоретические и практические основы международного туризма

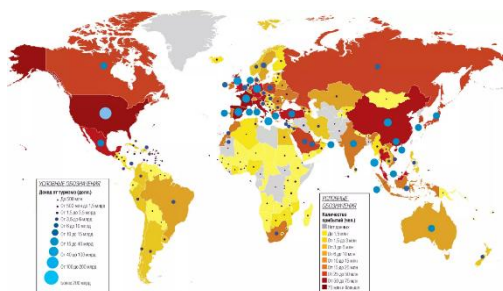
Нет иллюстраций

### Тема 2.2. География международного туризма

Иллюстрации:



Источник: <https://i.pinimg.com/originals/d9/6e/c9/d96ec992524376dcac571533ca912938.jpg>



Источник: [https://bon-aventura.ru/800/600/https/ic.pics.livejournal.com/cand\\_orel/85803014/2980230/2980230\\_original.jpg](https://bon-aventura.ru/800/600/https/ic.pics.livejournal.com/cand_orel/85803014/2980230/2980230_original.jpg)

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Современные технологии и организация внутреннего и международного туризма» 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 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. 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 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:

| <b>Вид учебного действия</b> | <b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b> |
|------------------------------|--|
|------------------------------|--|

|   |           |
|---|-----------|
| академическая активность                    | 10        |
| практические задания                        | 40        |
| <i>из них: текущие практические задания</i> | 20        |
| <i>итоговое практическое задание</i>        | 20        |
| рубежи текущего контроля                    | 30        |
| <b>ИТОГО:</b>                               | <b>80</b> |

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:

| <b>Рубежный рейтинг</b>        | <b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>  |
|--------------------------------|---|
| 19-20<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>баллов  | обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания  |
| 0 рейтинговых<br>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. **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА**

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Индустрия внутреннего туризма и особенности ее формирования

Тема 1.1. Виды и разновидности внутреннего туризма. Инклюзивный туризм. Особенности развития внутреннего туризма

3. Цели занятия.

- – изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- – приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- – получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения   |
|-------|--|--|
| 1.    | Основные виды внутреннего туризма                          | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 2.    | Процесс производства национального туристического продукта | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Государственное регулирование и надзор в сфере гостиничной деятельности и предоставления гостиничных услуг в соответствии с требованиями потребителей.

Текст лекции.

Наиболее распространенной классификацией туризма является его деление на типы, категории, виды и формы.

Тип туризма определяется национальной принадлежностью туристов. В соответствии с рекомендациями ВТО в отношении отдельной страны выделяются следующие типы туризма:

внутренний туризм - путешествия граждан в пределах государственных границ собственной страны;

въездной туризм - путешествия нерезидентов в пределах государственных границ какой-либо страны;

выездной туризм - путешествия резидентов одной страны в какую-либо иную страну.

Указанные типы туризма по-разному сочетаются между собой, образуя следующие категории туризма:

туризм в пределах страны, включает внутренний и въездной туризм;

национальный туризм, включает внутренний и выездной туризм;

международный туризм, включает въездной и выездной туризм.

Указанные категории могут использоваться применительно к отдельной стране, к региону в данной стране либо к региону, включающему несколько стран.

Функциональная классификация видов туризма определяется целью поездок. В соответствии с данными признаками различают следующие основные виды туризма:

рекреационный;

лечебно-оздоровительный;

познавательный;

деловой;

спортивный;

этнический;

религиозный;

транзитный;

образовательный.

Наиболее распространенными являются рекреационный и познавательный туризм.

Рекреационный туризм отличается большим разнообразием и может включать зрелищно-развлекательные программы, охоту, рыбалку, музыкальное и художественное творчество, посещения спортивных мероприятий в качестве зрителя и т. д.

Лечебно-оздоровительный туризм обусловлен потребностью в лечении различного рода заболеваний и оздоровлении организма после перенесенных заболеваний. Здесь можно говорить о турах с исключительно лечебной целью, для лечения каких-либо тяжелых заболеваний, реабилитации после травм, аварий, операций и турах лечебно-оздоровительных, с целью поддержания молодости, красоты и здоровья, снятия стресса и усталости.

Познавательный туризм (экскурсионный) включает в себя поездки с целью ознакомления с природными и историко-культурными достопримечательностями, музеями, театрами, традициями народов в посещаемой стране. Поездка может включать в себя и познавательные и рекреационные цели одновременно.

Деловой туризм охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания. К этому виду туризма ВТО относит поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных совещаниях и семинарах, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и заключения контрактов, монтажа и наладки оборудования. Деловой туризм включает: бизнес-поездки, конгрессо-выставочный туризм и инсентив-туризм

(insentive - стимул, побуждение). Инсентив-туризм представляет собой поездки, предоставленные руководством фирмы своим сотрудникам бесплатно в качестве поощрения за хорошую работу. Инсентив-туры, как правило, предусматривают хорошее качественное обслуживание по системе «все включено». Общая доля делового туризма составляет от 10 до 20% в международном туристском объеме.

Спортивный туризм предполагает выезд для проведения спортивных мероприятий в тех или иных странах и регионах. Его, в свою очередь, можно подразделить на профессиональный и любительский туризм. Как «специальные виды туризма» нас интересует любительский туризм, который можно подразделить на зимний и летний, а также водные, воздушные, пустынные и горные виды спорта.

Этнический туризм преследует цель посещения места рождения или происхождения семьи, а также посещения места жительства родственников и/или близких. Этот вид туризма носит название ностальгического. Особое приоритетное значение этот вид туризма имеет для стран, где проживают большие диаспоры первоначально родом из других стран. У туристов из Германии, например, пользуются популярностью поездки в Поволжье, а у туристов из Финляндии на Карельскую землю, Ладожское озеро. Финны, около 500 тыс. человек, вынужденно покинули эти места в период военных действий 1939-1945 гг. Распространен этнический туризм и у китайцев, диаспора которых насчитывает более 60 млн. человек.

Религиозный туризм основывается на религиозных потребностях людей различных конфессий. Религиозный туризм можно назвать древнейшим, его корни уходят в незапамятные времена. Он имеет две основные разновидности: паломнический туризм (отдельно следует выделить духовно-паломническое направление) и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности. Религиозный туризм в отдельных конфессиях имеет свои особенности.

Транзитный туризм в соответствии с рекомендациями ВТО включает две разновидности: перемещения авиапассажиров, которые не въезжают в страну, а лишь делают пересадку на стыковочный рейс;

перемещения туристов, которые едут к месту конечного назначения с небольшой остановкой для стыковки рейсов в третьих странах.

Образовательный туризм предполагает туры продолжительностью от 15 дней до 3 месяцев с целью повышения квалификации либо углубления знаний по тем или иным дисциплинам. Наиболее популярными в настоящее время являются образовательные туры с целью изучения иностранных языков или углубления знаний иностранного языка.

В зависимости от способа организации выделяют организованный и неорганизованный туризм.

Организованный туризм предполагает заранее разработанную и организованную туристической фирмой программу путешествия для туриста/туристов, согласно их пожеланиям и бюджету. Туристическая фирма заранее бронирует и оплачивает все туристские услуги по всему маршруту, оформляет все необходимые выездные документы.

Неорганизованный туризм предполагает, что туристы сами, без участия и/или посредничества туристической фирмы, организывают свое путешествие. Самостоятельно разрабатывают маршрут поездки, определяют объекты экскурсионного посещения, планируют места ночлегов, оформляют выездные документы и т.д. Неорганизованный туризм в мире очень популярен. Прежде всего в странах, гражданство которых позволяет путешествовать в другие страны без оформления въездной визы (например, граждане стран Шенгенского соглашения могут передвигаться по всей Европе совершенно свободно, гражданам США также не нужна въездная виза в страны Шенгенского соглашения). Относительно небольшие расстояния, хорошая транспортная сеть, возможность свободного пересечения границ

соседних государств, наличие многих экскурсионных объектов и другие немаловажные факторы повлияли на то, что доля неорганизованного туризма в Европе составляет 80%.

По продолжительности путешествий выделяют следующие виды туризма:

краткосрочный (туры «выходного дня», поездки на срок до 7 дней);

среднесрочный (туры продолжительностью от 9 до 12 дней);

долгосрочный (туры на срок от 15 дней до 30 дней).

По использованию транспортных средств, задействованных в ходе путешествия, можно выделить следующие виды туризма:

Железнодорожный.

Авиационный.

Теплоходный/водный (морской и речной).

Автомобильный.

Автобусный.

Велосипедный.

С использованием иных средств передвижения.

По интенсивности посещения туризм можно подразделить на постоянный и сезонный.

Под постоянным туризмом надо понимать относительно равномерные посещения туристских регионов и объектов в течение всего календарного года. Под сезонным туризмом понимают такие посещения туристских регионов, частота которых зависит от климатических условий региона и субъективных характеристик туристского объекта. К сезонным видам можно отнести рекреационный туризм, конгрессно-выставочный туризм. На сезонность туризма также оказывает влияние вид туризма. Различают высокий, средний и низкий сезоны. Высокий сезон характеризуется условиями наиболее полноценного использования туристами туристских ресурсов. На сезонность того или иного вида туризма оказывают существенное влияние природно-климатические факторы, общенациональные и религиозные праздники, каникулы, массовые мероприятия.

В зависимости от возрастной категории туристов можно выделить следующие виды туризма:

Детский.

Молодежный.

Лиц среднего возраста.

Лиц третьего возраста.

Всемирная туристская организация предложила следующую градацию туристов по возрастному признаку: дети, путешествующие с родителями (до 15 лет), молодежь (15-24 года), экономически активные молодые туристы (25-44 года), экономически активные туристы среднего возраста (45-64 года), туристы третьего возраста (от 65 лет). В практике работы предприятий туристской индустрии для целей статистики выделяют следующие возрастные категории:

0-2 года - инфант (грудной ребенок);

3-12 лет - ребенок;

14-18 лет - школьник;

18-25 лет - молодежь (студенты);

26-45 лет - взрослые 46-65 лет - взрослые;

65 лет и старше - пенсионеры (третий возраст).

Для планирования туризма возраст важен с точки зрения мотивации путешествия и финансового обеспечения туристской поездки.

По источникам финансирования туризм можно подразделить на типы: коммерческий и социальный.

Коммерческий туризм ориентирован на получение туристскими предприятиями прибыли, является основным источником для развития производства услуг. Стремясь максимизировать прибыль, туристские фирмы постоянно ищут наиболее оптимальное сочетание между величиной издержек и конечной ценой турпродукта. Предоставляемые ими туристские услуги ориентированы в основном на клиентов со средним и высоким уровнем дохода.

Социальный туризм субсидируется из средств, выделяемых на социальные нужды в целях создания условий для туризма определенных категорий граждан. Субсидии выделяются как из государственных, так и из негосударственных фондов, а также от благотворительных организаций. В Манильской декларации указывается, что «социальный туризм - это цель, к которой общество должно стремиться в интересах менее обеспеченных граждан». Концепция социального туризма базируется на 3 основных принципах:

Обеспечение отдыхом каждого члена общества путем вовлечения в среду туризма людей с низким уровнем дохода.

Субсидирование туристских поездок малоимущих граждан.

Участие государственных, муниципальных и общественных структур в развитии туризма.

Данная концепция реализована на практике в Швейцарии, Германии и Франции с использованием отпускных чеков. В России данный вид туризма реализуется через фонды социального страхования и является, прежде всего, лечебно-оздоровительным туризмом.

*Источник: [https://tourlib.net/books\\_tourism/djachenko1-1.htm?ysclid=lh296uvbo1282699206](https://tourlib.net/books_tourism/djachenko1-1.htm?ysclid=lh296uvbo1282699206)*

### **Инклюзивный туризм.**

**Актуальность.** Туризм - временные выезды (путешествие) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства, с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без оплачиваемой деятельности в стране (месте) временного пребывания. А как же называется туризм для лиц с ОВЗ? Существует множество определений, но кто называет такой вид туризма как «Социальный» или «Туризм для всех», так же встречается такое определение «Инватуризм», другие называют такой туризм «Инклюзивный туризм». «Инклюзивный туризм» не надо путать с термином «all inclusive» - «Всё включено» здесь следует обратить внимание, что не Всё включено, а ВСЕ ИМЕЮТ ПРАВО НА ТУРИЗМ, то есть и туристы-инвалиды [1].

Инклюзивный туризм развивается, что подтверждает количество выставок, форумов, конференций, посвященных доступному (безбарьерному) туризму, и число фирм, занимающихся реализацией инклюзивного турпродукта. Наиболее опытные и профессиональные: «Либерти» (г. Санкт-Петербург), «Паралис - Инватур» (г. Москва), «Агентство WELL» (г. Москва). ООО «ЛИБЕРТИ», Санкт-Петербург, существует с 2004 года как результат сотрудничества Санкт-Петербургской региональной общественной организации инвалидов «Мы - вместе» и частных лиц - авторов и разработчиков проекта. Соучредительницы компании - Наталья Гаспарян и Мария Бондарь, пережившие в детстве травму позвоночника, искали нишу для собственного бизнеса и остановились на совершенно новаторском в тот момент варианте специализированной турфирмы для инвалидов. Специализированный экскурсионный тур строится на основе тех же составляющих, что и тур для обычных туристов (организация проживания, питания, экскурсионного транспорта, разработка программы с учетом бытовых остановок, подготовка гидов), но с условием адаптированности всех составляющих к нуждам людей с ограниченными физическими возможностями:

- в гостиницах организуется проживание в специализированных номерах, более просторных, чем стандартные номера, и имеющих как минимум более широкие дверные проемы, все необходимые поручни и «душ в пол» в санузле;
- экскурсионный транспорт снабжен лифтом или пандусом;

- все музейные и культурные объекты по программе доступны (должны иметь адекватные пандусы, подъемные устройства, лифты) и имеют специализированный туалет;
- пункты общественного питания доступны и имеют специализированный туалет;
- по маршруту предусмотрены бытовые остановки (доступные общественные туалеты);
- гиды подготовлены, владеют актуальной информацией о доступности объектов, могут сориентироваться в случае спонтанных желаний туристов (неожиданно понадобился туалет, туристы проголодались, нужно заменить музейный объект и т.д.) [2].

Особого внимания при совершении инклюзивных туров требуют люди с психологическими проблемами, так как данной категории свойственны различные эмоциональные реакции, которые порой сложно предугадать. Однако не следует делать преждевременных выводов и опасаться таких людей: многие из них не проявляют эмоциональных всплесков до возникновения чрезвычайных ситуаций. Если человек расстроен, следует постараться его успокоить и ни в коем случае не кричать [10].

Для составления программ инклюзивного туризма детей с ОВЗ относят к трем социальным группам: социально и физически адаптированным; преимущественно социально не адаптированным; преимущественно физически не адаптированным. Следует отметить, что для детей с ОВЗ, имеющих общие клинико-психологические особенности, различный возраст, присутствует фактор осознания ими своей неполноценности. Для детей с ОВЗ характерен пониженный жизненный тонус, тенденция самоограничения социальных контактов, проявление отчужденности и замкнутости, которое получило название «псевдоаутизации» личности. Основными факторами, влияющими на ограничение жизнедеятельности детей с ОВЗ, являются нарушения функции передвижения, ухода за собой, общения с окружающим миром и снижению способности к обучению. Для многих детей с ОВЗ характерно ощущение враждебности окружающего мира. При этом в большинстве случаев семья не способствует коррекции психологического состояния ребенка с ОВЗ [4].

Что касается потребления инвалидами услуг центров отдыха и туризма, то их доля в совокупных потребительских расходах составила менее 1%, потребление услуг гостиниц, кафе и ресторанов - порядка 3%, из которых пользование услугами средств размещения в среднем не превышало 0,2%.

По данным комплексного наблюдения условий жизни населения в 2016 г. из общего числа респондентов в возрасте 15 лет и более туристскую или экскурсионную поездку за последние 12 месяцев совершили только 13,8% опрошенных. Следует указать причины, по которым инвалиды не осуществляют туристские путешествия:

- во-первых, им не позволяет состояние здоровья (так ответили 46,7% из числа лиц, не совершавших туристское путешествие и не участвовавших в экскурсиях);
- во-вторых, у 24% опрошенных не хватает денежных средств на путешествие;
- в-третьих, инвалиды предпочитают отдых на даче или с выездом к родственникам, друзьям и знакомым в местность, отличную от постоянного места жительства (так ответили 12% респондентов);
- в-четвертых, 8,6% опрошенных инвалидов не выезжают за пределы своей обычной среды обитания с туристско-экскурсионными целями по семейным обстоятельствам;
- в-пятых, у 4,9% инвалидов отсутствует интерес к поездкам туристского характера, на долю иных причин, не указанных выше, приходится 3,7% ответов респондентов [5].

Инклюзивный туризм может развиваться в том случае, если объекты индустрии гостеприимства и туризма отвечают принципу «доступно и удобно для всех». Среди исследований по разработке направления развития инклюзивного туризма следует отметить Лифанова И.В., который разрабатывает принципы реабилитации детей-инвалидов средствами туризма и краеведения [3].

**Актуализация развития инклюзивного туризма** усиливается тем обстоятельством, что для людей с ограниченными возможностями туризм является не только средством отдыха и реабилитации, способствующим активизации двигательных функций и поддержанию физической формы, но и источником, создающим среду для полноценного общения и

устранения чувства неполноценности, что в свою очередь мобилизует психические ресурсы и восстанавливает психоэмоциональный настрой человека, а, следовательно, повышает уровень его самооценки и самозначимости. Многоотраслевой характер инклюзивного туризма предполагает использование методического инструментария, базирующегося на статистическом изучении совокупности показателей, отражающих динамику и структуру туристского рынка, в т.ч. в сфере доступного туризма [6].

Выделим следующие факторы, ограничивающие или влияющие на возможность организации инклюзивного туризма:

1. Физическое состояние потенциальных туристов (инвалидность, ограниченная дееспособность).
2. Материальное положение потенциальных туристов (недостаточность средств для осуществления путешествия).
3. Высокие транспортные составляющие туристической поездки.
4. Завышенные цены на средства размещения.
5. Наличие бюрократических препятствий (например, сложности процедур оформления виз для зарубежных поездок).
6. Отсутствие или слабое развитие мер по социальной поддержке туризма и отдыха.
7. Проблема слабой информированности относительно получения требуемого или желаемого туристского продукта, слабое развитие маркетинга.
8. Ограниченность набора предлагаемых туристских услуг и туристских дестинаций, доступных для лиц с ограниченными возможностями здоровья.
9. Отсутствие необходимой мотивации у людей к совершению путешествий.

Для решения перечисленных проблем может быть предложен следующий комплекс мероприятий:

1. Создание транспортной и гостевой структуры инклюзивного туризма, включающей оборудование аэропортов, железнодорожных и автовокзалов, вагонов и автобусов, специальные стоянки, подъемники, траволаторы, снабжение специальными средствами гостиничных номеров.
2. Развитие медицинского туризма, сети лечебно-оздоровительных учреждений, благодаря которым люди с ограниченными физическими возможностями смогут укрепить свое здоровье и, как следствие, повышать свои возможности путешествовать.
3. Развитие социального туризма, поддержка туристской активности населения с невысоким уровнем доходов, поощрение семейного и внесезонного туризма.
4. Строительство и совершенствование дорог, транспортных средств, совершенствование системы продажи билетов. Развитие системы конкурирующих между собой видов транспорта - железнодорожного, воздушного, водного, транспортных компаний, организация чартерных перевозок пассажиров.
5. Расширение сети гостиниц, поощрение их строительства через налоговые послабления владеющих ими физических и юридических лиц, например, освобождение гостиницы от налога сроком на пять лет после ее ввода в строй.
6. Принятие государственной программы по развитию социального туризма, доступного для всех.
7. Развитие системы информационного обеспечения о туристско-экскурсионных услугах, доступных для инвалидов.
8. Расширение турфирмами и туроператорами спектра услуг, формирование туристских дестинаций в соответствии с потребностями соответствующих групп населения [7].

В связи с требованиями ФГОС ООО перед системой образования встают новые цели и задачи, ориентированные на инклюзивное образование. Главной целью такого образования и воспитания является формирование духовно-нравственного потенциала личности в инклюзивной среде. В современном стандарте образования намечен переход школьников от пассивного участника образовательного процесса к активному деятельностному подходу. Это позволяет расширить возможности детей с ОВЗ, но вместе с тем наибольшую остроту



приобретает психолого-педагогический фактор во время процесса их инклюзии в здоровую образовательную среду. Одним из активных методов социализации детей с ОВЗ является проектно-исследовательская деятельность [9].

Таким образом, можно сделать следующие **выводы**. Основным критерием, согласно которому лица, имеющие ограничения возможностей здоровья, выбирают тот или иной туристский маршрут, является доступность среды. В связи с этим перспективной задачей развития доступного туризма должно стать формирование такой туристской среды, которая бы отвечала туристским потребностям всех путешествующих граждан вне зависимости от их половозрастных характеристик, от их образования и социального статуса. В Российской Федерации проектирование туристских продуктов с учетом нужд особой категории туристов должно стать нормой, однако в целях преодоления противоречий между желаниями и возможностями туристской отрасли необходимо обеспечить максимально полную реализацию туристского потенциала территории регионов, переведя их потенциальные возможности в фактически используемые в деятельности туристской отрасли факторы производства [8].

*Источник: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/ivanov3.htm?ysclid=lh299rzi45924329256](https://tourlib.net/statti_tourism/ivanov3.htm?ysclid=lh299rzi45924329256)*

### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Анализ динамики развития туризма в России.
2. Анализ и освоение рынка выездного туризма.
3. Аннуляция тура.
4. Безопасность в международном туризме.
5. Виды договоров на туристское обслуживание.
6. Виды и формы международной туристской деятельности.

### 1. Учебная дисциплина. **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА**

#### 2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Индустрия внутреннего туризма и особенности ее формирования

Тема 1.2. Министерство экономического развития Российской Федерации: продвижение действующих и создания новых направлений внутреннего туризма

#### 3. Цели занятия.

- изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

#### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                            | Методы и средства обучения   |
|-------|--|--|
| 1.1.  | Туристский имидж РФ.                           | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 1.2.  | Инновационные направления развития внутреннего | Информационная лекция  |

|      |                             |   |
|------|-----------------------------|---|
|      | туризма                     | Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи<br>Заключительная лекция                          |
| 1.3. | Рекреационное районирование | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи<br>Заключительная лекция |

## 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Министерство экономического развития Российской Федерации: продвижение действующих и созданию новых направлений внутреннего туризма

Текст лекции.

Два новых подразделения — департамент развития туризма и департамент реализации проектов в сфере туризма — созданы в министерстве экономического развития РФ, сообщила пресс-служба ведомства. - [В Минэкономразвития создали два департамента по туризму - РИА Новости, 07.12.2022 \(ria.ru\)](https://ria.ru/20221207/minekonomrazvitiya-1836855479.html)

Директорами назначены Татьяна Шаршавицкая и Сослан Абисалов соответственно.

"Создание двух департаментов обеспечит успешную работу по взаимодействию с отраслью и повысит эффективность доведения федеральных мер поддержки до турбизнеса", — отметил замминистра экономического развития Дмитрий Вахруков.

Работа новых подразделений будет направлена на реализацию мероприятий нацпроекта "Туризм и индустрия гостеприимства" и создание условий для развития внутреннего туризма в стране, считает чиновник.

В задачи департамента Татьяны Шаршавицкой будет входить развитие туристического потенциала страны посредством создания условий для устойчивого роста отрасли, поддержания положительного имиджа и комплексного продвижения турпродуктов на российском и международном рынках.

Структура под руководством Сослана Абисалова займется выработкой и реализацией госполитики и нормативно-правовым регулированием, координацией работы над приоритетными направлениями госрегулирования туристской деятельности и госнадзором за деятельностью туроператоров, пояснили в пресс-службе Минэкономразвития.

Источник: <https://ria.ru/20221207/minekonomrazvitiya-1836855479.html?ysclid=lh29q6pyrm938372508>

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИМИДЖА РЕГИОНА

Сегодня формирование положительного туристического имиджа регионов России имеет большое значение. Важность формирования собственного туристического имиджа трудно переоценить. Индивидуальность, уникальность туристического образа каждого региона необходима, так как не только привлекает к нему внимание, но и напрямую сказывается на инвестиционном климате и возможностях привлечения дополнительных ресурсов для развития региональной экономики. Учитывая эту взаимосвязь, очевидно, что положительный, запоминающийся имидж необходим региону. Продвижение имиджа регионов - перспективный путь в формировании позитивного имиджа нашей страны в целом.

#### Имидж и его составляющие

Как правило, имидж воспринимается людьми в качестве некоей ценности, ассоциируясь с успехом в различных видах деятельности (индивидуальной или коллективной). Имидж в переводе с английского «image» означает «образ». Понятие «имидж» имеет много разных значений.

Обратимся к одному из общепринятых определений: «Имидж - это искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. Имидж создаётся с целью формирования в массовом сознании определённого отношения к объекту. Может сочетать как реальные свойства объекта, так и несуществующие, приписываемые» [2].

На данный момент понятие «имидж» можно применить к различным видам объектов, а именно к человеку (персональный имидж), организации (корпоративный имидж), профессии, образованию, странам, государствам и регионам. В любом случае итогом создания имиджа должен стать цельный, законченный образ.

Имидж должен соответствовать следующим критериям:

- Вызывать эмоциональную реакцию. Особое значение имеет визуальная картинка, способная запасть в сознание человека.
- Имидж должен вырабатывать позитивный отклик.
- Имидж не должен утомлять воспринимающего.
- Имидж должен быть правдивым.

Отсюда можно сделать вывод, что имидж - это система, включающая различные элементы. Основопологающим элементом этой системы является целевая аудитория. В отсутствии аудитории исчезает потребность в имидже.

Структура имиджа характеризуется следующими элементами:

1. Социальные - имидж является источником информации о месте субъекта в обществе, его статусе, партийной или профессиональной принадлежности, а так же семейном положении.
2. Этические, так как имидж, представляя собой своеобразную «упаковку», старается раскрыть информацию о внутреннем «содержании» субъекта (человек, организация, территория, регион, страна и т.д.), побуждает к социальному поведению, кроме того, имидж изначально предстает в качестве идеализированного образа, при этом стимулирует «приближение» к этому образу реального субъекта, то есть «подтягивает» настоящее и задает ему желаемое направление развития.
3. Психологические, так как для создания имиджа необходимы природные психологические предпосылки, а также искусственные приёмы подачи информации, способствующие ее донесению в нужном формате.
4. Эстетические, взаимосвязанные с точностью выражения основной идеи имиджа, подходящей формой, символическими значениями, идеализацией информации.

## Создание туристического имиджа региона

Имидж региона (территории) - это совокупность рациональных и эмоциональных представлений, вытекающих из сопоставления основных признаков региона (территории), собственного опыта людей, их предпочтений и мнений, воздействующих на формирование определённого образа. Имидж региона создается администрацией, выдающимися личностями данного региона и СМИ. Таким образом, туристический имидж региона, на наш взгляд, представляет собой устойчивую совокупность эмоциональных и рациональных убеждений и ощущений, которые возникают у целевых аудиторий по поводу туристических особенностей региона; формируются на основе информации о туристических объектах, маршрутах, ресурсах региона, а так же личного опыта и впечатлений туристов

Факторы, влияющие на создание туристического имиджа региона:

1. Природные условия региона (климат, рельеф, флора и фауна).
2. Экономические, правовые и социальные реалии развития туризма в данном регионе.
3. Транспортные реалии, определяющие доступность туристских объектов, формирующих интерес к региону.
4. Инфраструктура региона.
5. Демографическая ситуация в регионе.

Средства создания положительного туристического имиджа региона

Приступая к созданию туристического имиджа региона, следует придерживаться определённых методологических принципов. В одной из работ А.Ю. Парфиненко [5] были выделены следующие принципы:

1. Туристический имидж формируется в рамках определённой социальной группы, которая распространяет далее своё влияние. При этом он отражает уникальные природные и историко-культурные памятники [1].

2. Одним из ключевых моментов в создании имиджа региона является его восприятие гражданами этого региона.

3. Туристический имидж региона во многом зависит от материальных и духовных ценностей, им экспортируемых. В связи с этим актуализируется «развитие культурных ориентаций населения... и соответствующей материальной базы в виде образовательных учреждений, музеев, театров. библиотек...» [4] и иных форм культурно-образовательного влияния.

4. Основой имиджевой характеристики региона является базовый (исторически сложившийся) образ, который он имеет. Каждый регион имеет свой базовый образ. Эффективный туристический имидж не может представлять собой сугубо искусственное образование, а должен иметь под собой реальную платформу, отражая объективные черты и характеристики своего прообраза.

5. Туристический имидж не должен представлять собой набор культурно-исторических объектов, он должен содержать в себе некую фольклорную составляющую: легенды, предания, культурные смыслы и коннотации, создающие атмосферу, «душу» региона.

6. Символам, отвечающим за индивидуализацию и неповторимость региона, необходимо отвести центральное место в туристическом имидже.

7. Романтические и героические составляющие прошлого и настоящего должны стать важным методологическим компонентом туристического имиджа региона.

Таким образом, данные характеристики являются необходимыми для создания позитивного туристического имиджа региона.

Создание положительного имиджа региона неразрывно связано с внутренним туризмом, способствует его развитию и популяризации, помогая в решении всего многообразия задач, так или иначе связанных с внутренним туризмом, влияя не только на развитие экономики региона и увеличение количества средств, поступающих в региональный бюджет от индустрии туризма, но и решая не менее важные воспитательно-образовательные задачи [3] патриотического воспитания, любви к малой родине, стране в целом. Поскольку одним из методологических оснований формирования имиджа является его культурно-исторический базис, то воспитательно-образовательное значение туристического имиджа региона становится очевидным. При этом положительный имидж региона влияет не только на формирование личности подрастающего поколения, постоянно проживающего в регионе, но и оказывает косвенное влияние на формирование общенационального самосознания.

Можно утверждать, что формирование имиджа региона является одним из важных направлений в развитии туристической индустрии и неотъемлемой частью данной отрасли, так как этот параметр определяет успешность региона и его составляющих, в том числе курортных и туристических. От того, каким образом складывается туристический имидж какого-либо региона, на чём акцентируется внимание целевых аудиторий, зависит его популярность среди туристов и, как следствие этого, повышение финансовой состоятельности курортов и туристических маршрутов. Развитие туристической индустрии существенно влияет на экономику региона, занятость населения и уровень его благосостояния, а так же на развитие культуры и формирование системы ценностей в регионе.

*Источник: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/loseva.htm?ysclid=lh29wq73kd868327409](https://tourlib.net/statti_tourism/loseva.htm?ysclid=lh29wq73kd868327409)*

#### ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ

Динамика и масштабы происходящих изменений в сфере инновационной деятельности предопределили необходимость исследования, упорядочения и систематизации научных знаний в этой области. Научных разработок, посвященных проблемам инновационного развития экономических систем, сегодня не мало.

Инновационное развитие экономических систем характеризуется появлением новых конкурентных преимуществ, позволяющих хозяйствующим субъектам выживать и развиваться во внешней среде. Направления исследований в сфере инновационной деятельности затрагивают деятельность организаций различной отраслевой принадлежности.

В процессе изучения фундаментальных трудов отечественных и зарубежных ученых по теории управления инновационными процессами, автор пришел к выводу, что направления исследований в области инноваций в полном объеме не раскрыты в такой сфере деятельности как туризм.

В настоящее время в работах отечественных и зарубежных специалистов в области туризма, в частности В.М. Аньшина, И. Балабановой, М.Н. Забаевой, М.В. Ефремова, А.А. Трифиловой, О.В. Федорова и др рассматривались: проблемы управления конкурентоспособными туристскими организациями на основе использования инновационных методов; механизмы обеспечения и оценки инновационного развития туристских организаций; характеристики хозяйствования и развития отечественных туристских предприятий в современных экономических условиях.

Туризм, являясь одной из самых доходных отраслей национальной экономики, предопределяет интерес к себе со стороны многих ученых. В табл. 1 представлены наиболее распространенные подходы к экономическому пониманию туризма.

Таблица 1. Подходы к туризму

Авторы Понятие туризма

Осадин Б. индустрия, содержащая в себе различные фирмы, учреждения и предприятия, занимающиеся организацией отдыха туристов, предоставляющие потребителю разнообразные туристские услуги [7]

Дмитриев М.Н., проф., Забаева М.Н., доцент межотраслевой комплекс национального хозяйства, удовлетворяющий потребности специфической категории потребителей (туристов) и состоящий из организаций отраслей как производственной, так и непроизводственной сферы [2]

Жукова М.А. важная составляющая экономики многих государств, которая обеспечивает занятость местного населения, загрузку гостиниц и отелей, ресторанов, зрелищных мероприятий, поступления иностранной валюты и т.д. [3]

Кабушкин Н.Н. отрасль экономики, включающая в себя деятельность туристических организаторов и посредников, которыми нужно управлять [4]

Анализ трактовок понятия «туризм», позволил установить, что большинство авторов сходятся во мнении, и считают, что туризм:

- является отраслью экономики;
- состоит из организаций, удовлетворяющих потребности туристов;
- является источником дохода, за счет формирования, продвижения и реализации туристских продуктов и услуг.

На основании сделанного анализа предлагается придерживаться мнения большинства ученых и в дальнейшем рассматривать туризм как совокупность организаций, деятельность которых существенно влияет на экономические показатели региона за счет формирования, продвижения и реализации качественных, уникальных и конкурентоспособных туристских продуктов и услуг.

Результатом туристской деятельности, является продукт, который по разным причинам устаревает. На основе того, что потребитель туристских услуг, потребляет некоторое количество продуктов или услуг, с одной стороны среди поставщиков туристских услуг появляется конкуренция. С другой стороны поставщикам приходится кооперироваться между собой, когда потребитель нуждается в дополнительных услугах. В процессе кооперации и конкуренции возникает новый туристский продукт. В этот момент традиционный туризм преобразуется в инновационный.

Идея классифицирования туристской деятельности по степени новаторства не нова. В одном из трудов проф Дмитриевым, доц Забаевой, доц Малыгиной дается четкое разграничение классического и инновационного туризма [2].

Деление туризма на классический и инновационный предопределяет необходимость уточнения понятийного аппарата, отражающего особенности развития той или иной модели. В контексте настоящего исследования предложим понятия инновационной деятельности в туризме, традиционно рассматриваемые исследователями разных стран в различные временные периоды: инновационная деятельность, инновационный продукт.

Исследовав авторские трактовки понятия, туристская деятельность и инновационная деятельность автором приводится определение понятия инновационная деятельность в туризме.

Инновационная деятельность в туризме – это тесно связанные между собой процессы по формированию, реализации, продвижению и послепродажному обслуживанию инновационного туристского продукта субъектами инновационной деятельности в туризме, а также по финансовому обеспечению этих процессов, приводящих к получению экономического эффекта.

В контексте данного исследования целесообразно использовать толкование процессов входящих в состав инновационной деятельности в туризме на основе определений взятых из ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» (таблица 2)

Таблица 2. Трактовка процессов инновационной деятельности в туризме

Процессы      Традиционный туризм [10]      Инновационный туризм

Формирование деятельности туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие)      процесс возникновения идеи, который представлен как результат упорядоченной деятельности туроператора по заключению и исполнению договоров с поставщиками туристских услуг, оказывающими отдельные новые или усовершенствованные услуги, входящие в инновационный турпродукт

Продвижение комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое)      деятельность турфирм, направленная на стимулирование спроса производимого инновационного туристского продукта и на формирование положительного имиджа предприятия

Реализация      деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором      деятельность турфирм по заключению договора о реализации инновационного туристского продукта с потребителем, а также деятельность турфирм и (или) поставщиков инновационных туристских услуг по оказанию потребителю самих инновационных туристских услуг в соответствии с данным договором

Базируясь на положениях изложенных Новиковым В.С. [6], в туризме инновационная деятельность развивается по трем направлениям:

- внедрение нововведений (организационные инновации);
- маркетинговые инновации, позволяющие охватывать потребности целевых потребителей или привлекать не охваченных на данный период времени клиентов;
- периодические нововведения (продуктовые инновации).

Новиковым В.С. проведена классификация основных направлений инновационной деятельности в туризме в зависимости от технологических параметров (продуктовая инновация), внутреннего содержания (организационная и маркетинговая инновация), по принципу принадлежности направления к какому-либо виду инновации. Нами предлагается усилить данный подход для использования его в дальнейших исследованиях. Рассмотрев предложенные различными авторами виды инноваций и их классификацию, нами выбрана классификация, описанная в научных трудах А.И. Пригожина [8] и позволяющая достаточно широко описать основные направления инновационной деятельности в туризме. Автором классификация разбита на 5 групп:

- 1) По распространенности: единичные; диффузные;
- 2) По месту в производственном цикле: сырьевые; обеспечивающие (связывающие); продуктовые;
- 3) По преемственности: замещающие; отменяющие; возвратные; открывающие; ретровведения;
- 4) По охвату ожидаемой доли рынка: локальные; системные; стратегические;
- 5) По инновационному потенциалу и степени новизны: радикальные; комбинаторные; совершенствующие.

В рамках данного исследования для нас наиболее важный интерес представляет последнее направление классификации, учитывающие масштаб и новизну инноваций, интенсивность инновационного изменения в наибольшей степени выражают количественные и качественные характеристики инноваций в любой отрасли экономики и имеют значение для экономической оценки их последствий и обоснования управленческих решений.

Классификация видов инноваций специалиста А.Н. Кобышева является аналогом классификации предложенной А.И. Пригожиным. В своей работе А.Н. Кобышев рассматривает результат инновационной деятельности в виде маркетинговой инновации, подразумевая приложение маркетинговых усилий в двух направлениях. На стадии маркетинга инновационной идеи существенно определены степени ее инновационного потенциала. По этому критерию инновации делятся на три типа: радикальные, комбинаторные, модифицирующие.

Несколько иной подход к определению основных направлений инновационной деятельности в туризме в своих работах показал Яковлев Г.А. По его мнению основными направлениями инновационной деятельности туристских предприятий являются использование новой техники и технологий в оказании традиционных услуг, внедрение новых услуг с новыми свойствами, изменения в организации производства и потребления традиционных туристских услуг, использование новых туристских ресурсов ранее не использованных, выявление и использование новых рынков сбыта туристских услуг и товаров. Яковлевым Г.А. не указана, по какому принципу проведена классификация. Рассмотрев предложенные варианты, нами предлагается объединить и усилить подходы, принимая во внимание, данное ранее определение экономической категории «инновационная деятельность в туризме» и рассмотреть основные направления инновационной деятельности в зависимости от того к какому процессу они относятся (таблица 3).

Таблица 3. Основные направления инновационной деятельности в туризме

| Вид инновации   | Вид процесса   |
|---|--|
| Формирование  | Продвижение  |
| Реализация  |  |
| радикальные   | использование при производстве инновационных продуктов и услуг новых туристских ресурсов ранее не использованных |
| использование новой техники и технологий при продвижении традиционных услуг                             | появление нового потребителя и нового рынка сбыта туристских услуг   |
| комбинаторные   | внедрение услуг с новыми свойствами в традиционный туристский продукт  |
| продвижение традиционных туристских услуг с использованием новых, для данных услуг, маркетинговых ходов | Выявление и использование новых рынков сбыта туристских услуг  |
| совершенствующие  | изменения в организации производства традиционных туристских услуг   |
| улучшение организации продвижения традиционных туристских услуг   | сохранение или усиление рыночных позиций туристских фирм   |

Принимая во внимания трактовки видов инноваций предложенных Кобышевым А.Н. [5] и учитывая отраслевую составляющую инновационной деятельности, нами определены основные направления инновационной деятельности в туризме.

Источник: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/kalitvinceva3.htm?ysclid=lh29uwig7qv84556018](https://tourlib.net/statti_tourism/kalitvinceva3.htm?ysclid=lh29uwig7qv84556018)

#### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Выбор иностранного партнера.
2. Дать определение понятию «международный туризм».



3. Динамика туристских потоков.
4. Характеристика и сравнение двух рекреационных зон России.
5. Информационное обеспечение работы туристских фирм.
6. Инфраструктура международного туризма.
7. Классификация международных туристских организаций, их цели и задачи.

1. Учебная дисциплина. **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА**

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Экономика и организация международного туризма основные экономические законы и категории в туризме

Тема 2.1. Теоретические и практические основы международного туризма

3. Цели занятия.

- – изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- – приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- – получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                             | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1     | Специфика и состав туристической индустрии.     | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2     | Экономика и организация международного туризма. | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>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. Теоретические и практические основы международного туризма

Текст лекции.

Теоретические и практические основы международного туризма

В данной главе дается определение международного туризма (МТ) и раскрывается комплексный характер туристической деятельности.

### 1.1. Введение в международный туризм

Международный туризм (определение и методы исследования). Связь курса «Международный туризм» с другими научными дисциплинами. Классификация видов туристической деятельности. Перспективы развития международного туризма. Современные факторы развития международного туризма.

#### 1.1.1. Международный туризм (определение и методы исследования)

Сегодня туристической деятельности даются разные определения. Так, понятие «туризм» может обозначать временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность, находящуюся в пределах своей страны, в свободное время с целью получения удовольствия и отдыха, а также в оздоровительных, гостевых, познавательных или профессиональных целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте. В то же время туризм рассматривают и как важнейшее средство удовлетворения человеческой потребности в разнообразии. Таким образом, предметом изучения курса могут служить следующие составляющие понятия «туризм»:

1. Перемещение или миграция.
2. Мотивация (цель) перемещения.
3. Страноведческие особенности, привлекающие туриста.
4. Экономические факторы, связанные с наличием средств на организацию поездки, а также с влиянием туризма на развитие экономики на макро- и микроуровнях.

В курсах по МТ могут быть использованы как общенаучные, так и прикладные методы исследования. Метод научной абстракции выражается в обобщении фактов и выявлении закономерностей. Исторический метод представляет собой характеристику истории страны. Статистические методы позволяют количественно оценивать туристические потоки. Социально-психологические методы связаны с выявлением мотивации поездок, социальной дифференциацией туристов. Географические методы направлены на оценку территориальной дифференциации мест пребывания и анализ природно-климатического потенциала местности. Экономические методы показывают, как в условиях ограниченности ресурсов максимально удовлетворить потребности, а также позволяют оценить экономический эффект от данного вида деятельности. Задача курсов по МТ — подготовить грамотных специалистов, которые смогут наиболее эффективно реализовывать турпродукт.

#### 1.1.2. Связь курса «Международный туризм» с другими научными дисциплинами

Методический аппарат, используемый в курсах по изучению МТ, предполагает его связь с другими научными дисциплинами. Так, связь МТ с историей той или иной страны обусловлена наличием того наследия, которое оставила деятельность человека в различные исторические эпохи и которое является предметом интереса туристов.

Не менее важна связь МТ с географией. Различие в природно-климатических особенностях и территориальной структуре хозяйства является мощным стимулом международной туристической миграции. Знание физико-географических закономерностей позволит получить представление о районах и территориях, где наиболее вероятны стихийные бедствия, которые могут произойти в результате землетрясений, цунами, ураганов, наводнений, схода снежных лавин и т.п. Это важно для обеспечения безопасности международных путешествий. В этой связи целесообразно знакомство с основами таких наук, как геоморфология (наука о рельефе местности), океанология (наука о мировом океане), гляциология (наука о ледниках), метеорология (наука о многолетнем режиме погоды),

сейсмология (наука о землетрясениях). Социальная дифференциация населения по возрастным, половым, национальным и другим признакам, формирование мотивации к поездке преопределили связь туризма с социологией и психологией. Для туристической, как и для многих других видов деятельности, актуальны такие категории, как спрос, предложение, прибыль, рентабельность. Это обстоятельство обусловило связь МТ с экономикой. Связь со статистикой объясняется необходимостью классифицировать различные виды туристической деятельности, анализировать туристические потоки.

Комплексность и многообразие туристической деятельности привели к появлению нового термина - «туристика». Под туристикой понимается система прикладных наук о туризме и туристическом обслуживании граждан. Эти науки охватывают два уровня туризма: отрасль и туристический хозяйствующий субъект (туристическую фирму) [5].

### 1.1.3. Классификация видов туристической деятельности

Международный туризм - неоднозначное понятие. Различные подходы к классификации видов туристической деятельности можно найти, например, в работах В. Квартальнова, А. Александровой, Е. Ильиной и др. Так, выделяются следующие разновидности туризма: международный и внутренний. Международный туризм охватывает поездки за пределы страны, что связано с соблюдением определенных формальностей (таможенный, валютный, медицинский контроль). Внутренний туризм, в отличие от международного, не связан с пересечением госграницы и, следовательно, не требует соблюдения туристических формальностей.

Международный туризм бывает въездной и выездной. Въездной туризм - это путешествия в пределах страны лиц, не проживающих в стране постоянно. Выездной туризм - это путешествия лиц, постоянно проживающих в стране, но отправляющихся с какими-либо целями в другую страну. Обычно страны заинтересованы в развитии въездного туризма, так как это привлекает в страну валютные ресурсы, стимулирует экономическую активность. Фирмы, которые занимаются развитием въездного туризма, получили название рецептивных (принимающих) фирм.

В зависимости от содержания и целей туристическую деятельность можно классифицировать следующим образом. Путешествия с целью развлечения и отдыха составляют основу международного туристического обмена. На их долю приходится более половины всего спроса. Они объединяют оздоровительные, познавательные, любительские, спортивные поездки. Повышенным спросом у населения пользуются поездки к морю. Купально-пляжный отдых традиционно считается лучшим способом снятия нервного и физического утомления.

Деловой туризм охватывает поездки со служебными целями без получения доходов по месту командирования. Деловой туризм можно подразделить на собственная бизнес-поездки, конгрессно-выставочный и инсентив-туризм (побудительный, поощряющий), представляющий собой поездки, которыми фирма награждает своих сотрудников за высокие показатели в работе.

Образовательный туризм - поездки с целью получения образования за рубежом. Обычно здесь реализуются поездки в развитые страны с целью совершенствования языка, получения бизнес-образования, изучения специальных дисциплин. В рамках образовательного туризма отдельные страны имеют, как правило, свою специализацию. США привлекает туристов большим богатством выбора возможностей в направлениях образования, какого не может предложить ни одна другая страна. Одной из самых заманчивых целей для желающих получить классическое высшее образование, близкое к российскому, всегда была Германия с

ее сетью старинных университетов. Испанские школы изящных искусств в рекомендациях не нуждаются: в университетах на высоком уровне преподаются архитектура, дизайн, графика, декор. Пальму первенства в этой области уверенно держит Барселона. Итальянское высшее образование изначально не ориентировано на прагматично-профессиональную подготовку, поэтому, собираясь учиться в Италии, лучше выбирать гуманитарные дисциплины. Отличительной чертой французского высшего образования является относительно невысокая плата за обучение, отсутствие каких бы то ни было ограничений и крайне простые правила приема, что создает ситуацию, чрезвычайно благоприятную для иностранцев. В швейцарском образовании главное - качество и основательность. Позволить себе элитарное швейцарское образование может далеко не каждый. Швейцария - страна, где можно получить настоящее европейское образование на английском, немецком, французском и итальянском языках в самом живописном и спокойном уголке Европы.

Экологический туризм представляет поездки в особо охраняемые природные территории, девственные места, заповедники, заказники с исследовательскими и промысловыми целями. Экологический туризм предполагает соединение активного отдыха с дикой суровой природой. По мнению В.В. Храбовченко, экотуризм должен содержать три компонента:

- «познание природы», т.е. путешествие предполагает наличие элементов изучения природы, получение туристами новых знаний и навыков;
- «сохранение экосистем», подразумевающие не только соответствующее поведение группы на маршруте, но и участие туристов и туристических фирм в программах, мероприятиях по защите окружающей среды;
- «уважение интересов местных жителей» - это не только соблюдение местных законов и обычаев, но и вклад туризма в социально-экономическое развитие туристических дестинаций.

Выделяют четыре вида экотуризма: научный туризм; туры истории природы; приключенческий туризм; путешествие в природные резерваты [66].

В свою очередь Международное общество экотуризма со штаб-квартирой в Вермонте (США) определяет экотуризм как «ответственное путешествие в природные зоны, которое сохраняет окружающую среду и способствует стабильному благосостоянию местного населения» [58].

Одной из разновидностей международного туризма является религиозный туризм. Это паломнический туризм и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности. Разновидностью паломнического туризма является духовно-паломнический туризм. Паломничество понимают как «странствие людей для поклонения святым местам» Духовно-паломнический туризм - это своего рода «религиозная практика» в странах с продвинутыми религиозными традициями. В рамках религиозного туризма экскурсионно-познавательной направленности предполагается посещение религиозных центров, в которых туристы-экскурсанты смогут увидеть религиозные объекты [67]. По источникам финансирования туризм подразделяется на коммерческий и социальный. Первоначально вся туристическая деятельность осуществлялась с целью извлечения прибыли (коммерческий туризм). В случае предоставления гражданам гарантий на минимум отдыха со стороны государства и предприятий, можно говорить о социальном туризме. Выделяют также массовый и элитарный туризм, рассчитанный на состоятельную клиентуру. По числу участников туризм классифицируют на индивидуальный (от одного до пяти человек) и групповой (шесть и более человек). По возрастному критерию туризм подразделяют на туризм пожилых людей, туризм лиц среднего возраста и молодежный туризм. В зависимости от способа организации поездки туризм может быть представлен как организованный (приобретение туров через фирму с

последующим комплексом обслуживающих услуг) и неорганизованный, основанный на принципах самостоятельности. Выделяют также специфические разновидности туризма, например, экстремальный туризм, автостоп, велотуризм и др.

Туризм можно классифицировать в зависимости от того вида транспорта, которым предпочитают пользоваться туристы: автомобильный, железнодорожный, авиационный, водный (круизные лайнеры). По прогнозам ВТО в XXI в. наиболее перспективным, быстрорастущим видом туризма будут путешествия на круизных лайнерах. Вместе с тем, другие виды транспортных перевозок туристов тоже имеют перспективы роста. Так, эксперты отмечают, что к 2010 г.

протяженность скоростных железнодорожных магистралей в Европе возрастет более чем в 10 раз. Вполне вероятно, что к этому времени большинство туристов предпочтут пользоваться не самолетом, а поездом, мчащимся со скоростью 300 км/час. Популярностью пользуются у туристов железнодорожные туристические маршруты, такие, как Париж-Стамбул, Транс-Канада, Транс-Америка. Эти маршруты позволяют на комфортабельных поездах пересечь целый континент [25]. Развитие железнодорожного туризма перспективно для России - самой большой по площади страны мира.

#### 1.1.4. Перспективы развития международного туризма

С 1950 г. количество прибывающих международных туристов увеличилось почти в 28 раз и достигло 698 млн человек в 2000г. Эта цифра, согласно прогнозам, будет удвоена к 2020г и достигнет 1,6 млрд. человек. В настоящее время около 80% туристов в мире приходится на Европу и Северную и Южную Америку, тогда как лишь 15% на Восточную Азию и Тихоокеанский регион и 5% - на Африку, Ближний Восток и Южную Азию вместе взятые [58]. К 2020г. ожидается, что Восточная Азия и Тихоокеанский регион будут вторым по популярности направлением международного туризма после Европы. В прогнозе развития, сделанном Всемирной туристической организацией (ВТО), определены самые перспективные направления и виды туризма XXI столетия (см. табл. 1.1).

Таблица 1.1. Самые популярные туристические направления мира к 2020 г. (по прогнозу ВТО)

| Страна           | Количество туристических прибытий, млн |
|------------------|--|
| 1 Китай          | 137,1                                  |
| 2 США            | 102,4                                  |
| 3 Франция        | 93,3                                   |
| 4 Испания        | 71,0                                   |
| 5 Сянган         | 59,3                                   |
| 6 Италия         | 52,9                                   |
| 7 Великобритания | 52,8                                   |
| 8 Мексика        | 48,9                                   |
| 9 Россия         | 47,1                                   |
| 10 Чехия         | 44,0                                   |

Наиболее популярными видами туризма к 2020г. станут: приключенческий, экологический, культурно-познавательный, тематический и круизы.

Вместе с тем, можно выделить и факторы, препятствующие развитию туризма. К ним можно отнести слишком удаленное от основных географических маршрутов местоположение, в частности островов на юге Тихого океана; сейсмическую активность и стихийные бедствия, - например, Соломоновы острова и Вануату; гражданскую войну и экономический спад в развивающихся странах (Сьерра-Леоне); международный терроризм.

### 1.1.5. Современные факторы развития международного туризма

К современным факторам развития МТ относятся политическое (мирное) сосуществование населения на большей части планеты, поддержка государственных органов в большинстве стран, развивающих МТ, рост общественного богатства, сокращение рабочего времени, развитие транспорта, совершенствование уровня общественного сознания. Демографические факторы представлены ростом средней продолжительности жизни, повышением уровня урбанизации, т.е. роста городского населения. В настоящее время международный туризм в постиндустриальном обществе фактически становится основой глобального стиля жизни.

*Источник:*

[https://tourlib.net/books\\_tourism/voskresensky11.htm?ysclid=lh29hg6x7x679054768](https://tourlib.net/books_tourism/voskresensky11.htm?ysclid=lh29hg6x7x679054768)

#### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Комиссионное вознаграждение.
2. Материально-техническая база и организационная структура туристской фирмы.
3. Международная классификация средств размещения.
4. Организация международных перевозок российских туристов.
5. Основные нормативно-правовые документы, регулирующие международный туризм.
6. Особо охраняемые природные территории России. Краткая характеристика.

#### 1. Учебная дисциплина. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2.

Экономика и организация международного туризма основные экономические законы и категории в туризме

Тема 2.2. География международного туризма

3. Цели занятия.

- изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения  |
|-------|--|---|
| 1     | Туристические зарубежные ресурсы                                 | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия    |
| 2     | Рекреационный потенциал и современное развитие туризма зарубежом | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная 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 2.2. Актуальные области сертификации

Текст лекции.

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Ответственность принимающей фирмы за соблюдение условий сделки.
2. Ответственность турорганизатора за аннуляцию тура.
3. Правовая основа работы туристских фирм в РФ.
4. Российская классификация средств размещения и питания.
5. Согласование с иностранной фирмой условий обслуживания российских туристов.
6. Согласование с иностранным партнером цены пакета услуг.

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

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

**ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

1. Учебная дисциплина. **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА**

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Индустрия внутреннего туризма и особенности ее формирования

Тема 1.1. Виды и разновидности внутреннего туризма. Инклюзивный туризм.  
Особенности развития внутреннего туризма

3. Цели занятия.

- изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения                        |
|-------|--|---|
| 1.    | Основные виды внутреннего туризма                          | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Процесс производства национального туристического продукта | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

Введение.

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

**Вопросы к обсуждению:**

1. Туризм в развивающихся странах.
2. Туристский ваучер.
3. Формирование маршрута и пакета туристских услуг.
4. Формирование продажной цены зарубежной туристской поездки.



5. Функции международного туризма.
6. Характеристика категории особо охраняемых природных территорий.
7. Характеристика рекреационного потенциала России.
8. Характеристика России как туристского региона.

1. Учебная дисциплина. **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА**

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Индустрия внутреннего туризма и особенности ее формирования

Тема 1.2. Министерство экономического развития Российской Федерации: продвижение действующих и создании новых направлений внутреннего туризма

3. Цели занятия.

- – изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- – приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- – получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                                    | Методы и средства обучения                     |
|-------|--|--|
| 1.1.  | Туристский имидж РФ.                                   | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 1.2.  | Инновационные направления развития внутреннего туризма | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 1.3.  | Рекреационное районирование                            | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |

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

Введение.

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

**Вопросы к обсуждению:**

1. Этапы развития международного туризма.
2. Инновации в туристском бизнесе после пандемии.
3. Инновационная стратегия: внутренние и внешние факторы.
4. Инновационные проекты развития внутреннего туризма в РФ.
5. Инновационные процессы в гостиничном бизнесе и информационных технологий после пандемии.
6. Инновационные процессы развития сервиса и туризма в условиях ограничений после пандемии.
7. Классификация инновационных проектов. Элементы и жизненный цикл инновационного процесса.

## ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

### Форма практического задания: реферат

#### Перечень тем рефератов к темам раздела 1.:

1. Рекреационные зоны и центры России
2. Культурно-познавательные туристские центры России.
3. Золотое кольцо
4. Серебряное ожерелье России
5. Санкт-Петербург – крупнейший культурно-исторический центр
6. Москва – главный культурно-исторический центр России
7. Московская область – культурно-познавательный центр России.
8. Ансамбль Кижи – выдающийся памятник древнего деревянного зодчества.
9. Кижский погост
10. Соловецкие острова – экскурсионный центр севера России.
11. Калининград – свидетельство европейской истории и культуры.
12. Поволжские города - Нижний Новгород, Казань, Волгоград, Астрахань – крупнейшие туристские центры.
13. Красноярский край – центр Сибири.
14. Республика Тыва – центр буддийской культуры в России.
15. Бурятия – культурно-исторический центр.
16. Иркутск – крупный культурный, научный и туристический центр Восточной Сибири.
17. Туристско-рекреационные центры экологического типа.
18. Карелия, Архангельская и Мурманская область – центры природно-ориентированного туризма на Северо-Западе России.
19. Тверская область. Озеро Селигер.
20. Национальный парк Куршская коса.
21. Заповедники и национальные парки Северного Кавказа.
22. Горный Алтай, Горная Шория и Кузнецкий Алатау.
23. Западные и Восточные Саяны
24. Байкал – центр экологического туризма России.
25. Курильские острова.
26. Камчатка – регион действующих вулканов.
27. Туристско-рекреационные центры оздоровительного типа: курорт «Янган-Тау», Старая Русса, Кавказские минеральные воды, курорт «Галая» в Магаданской области, курорт «Теберда» в Карачаево-Черкессии, курорт «Тинаки» в Астраханском крае.
28. Бальнеологический и климатический курорт «Нальчик».
29. Санаторно-курортный комплекс Сочи и Анапы.
30. Туристско-рекреационные центры горного типа.
31. Туристские зоны федерального значения: общая характеристика.
32. Характеристика 8 туристско-рекреационных экономических зон на территории России.

#### *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.*

—

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – кейс-задание.**

№1 Дать туристско-рекреационную характеристику одной из туристических зон России федерального значения:

1. Западная туристская зона - Калининградская область.

2. Северо-западная туристская зона - Санкт-Петербург; Ленинградская, Новгородская, Псковская, Вологодская области; Республика Карелия.
3. Центральная туристская зона - Москва, Московская, Владимирская, Калужская, Рязанская, Смоленская, Тверская, Тульская, Ярославская области.
4. Южно-Русская туристская зона - Белгородская, Брянская, Воронежская, Курская, Липецкая, Орловская, Пензенская и Тамбовская области, Республика Мордовия
5. Поволжская туристская зона - Республики Калмыкия, Татарстан, Марий Эл, Удмуртия, Чувашия, Астраханская, Саратовская, Ульяновская, Самарская, Волгоградская, Ивановская, Кировская, Костромская и Нижегородская области.
6. Уральская туристская зона - Республика Башкортостан, Оренбургская, Пермская, Свердловская и Челябинская области.
7. Приазовско-Черноморская туристская зона - Краснодарский край и Ростовская область.
8. Кавказская туристская зона - Ставропольский край и республики Адыгея, Дагестан, Ингушетия, Чеченская, Кабардино-Балкарская, Карачаево-Черкесская, Северо-Осетинская.
9. Обско-Алтайская туристская зона - Республика Алтай, Алтайский край, Кемеровская, Тюменская и Томская области.
10. Енисейская туристская зона — Республики Тува и Хакасия, Красноярский край.
11. Байкальская туристская зона — Республику Бурятию, а также Иркутскую и Читинскую области.
12. Дальневосточная туристская зона — Приморский и Хабаровский края, Амурская и Сахалинская области, Еврейская автономная область.
13. Туристская зона «Российский Север» — республики Коми, Саха, автономные округа Чукотский, Таймырский, Ханты-Мансийский, Эвенкийский, Ямало-Ненецкий, Архангельская, Мурманская, Камчатская и Магаданская области.

по следующему плану:

- Обоснование выбора региона или страны для анализа
- Характеристика экономико-географического положения.
- Характеристика природных условий и ресурсов.
- Характеристика населения.
- Краткий исторический очерк.
- Общая характеристика хозяйства.
- Порайонные различия.
- Туристские ресурсы.
- Основные туры.
- Туристские формальности.

Предложить проектные мероприятия по внедрению изменений в сферу туризма выбранного региона с целью повышения эффективности экономики туризма, как региона так и оценить вклад региона в экономику туризм страны и национальную экономику.

№2 Дать туристско-рекреационную характеристику одной из туристических зон России федерального значения:

1. Западная туристская зона - Калининградская область.
2. Северо-западная туристская зона - Санкт-Петербург; Ленинградская, Новгородская, Псковская, Вологодская области; Республика Карелия.
3. Центральная туристская зона - Москва, Московская, Владимирская, Калужская, Рязанская, Смоленская, Тверская, Тульская, Ярославская области.
4. Южно-Русская туристская зона - Белгородская, Брянская, Воронежская, Курская, Липецкая, Орловская, Пензенская и Тамбовская области, Республика Мордовия
5. Поволжская туристская зона - Республики Калмыкия, Татарстан, Марий Эл, Удмуртия, Чувашия, Астраханская, Саратовская, Ульяновская, Самарская, Волгоградская, Ивановская, Кировская, Костромская и Нижегородская области.

6. Уральская туристская зона - Республика Башкортостан, Оренбургская, Пермская, Свердловская и Челябинская области.
7. Приазовско-Черноморская туристская зона - Краснодарский край и Ростовская область.
8. Кавказская туристская зона - Ставропольский край и республики Адыгея, Дагестан, Ингушетия, Чеченская, Кабардино-Балкарская, Карачаево-Черкесская, Северо-Осетинская.
9. Обско-Алтайская туристская зона - Республика Алтай, Алтайский край, Кемеровская, Тюменская и Томская области.
10. Енисейская туристская зона — Республики Тува и Хакасия, Красноярский край.
11. Байкальская туристская зона — Республику Бурятию, а также Иркутскую и Читинскую области.
12. Дальневосточная туристская зона — Приморский и Хабаровский края, Амурская и Сахалинская области, Еврейская автономная область.
13. Туристская зона «Российский Север» — республики Коми, Саха, автономные округа Чукотский, Таймырский, Ханты-Мансийский, Эвенкийский, Ямало-Ненецкий, Архангельская, Мурманская, Камчатская и Магаданская области.

по следующему плану:

- Обоснование выбора региона или страны для анализа
- Характеристика экономико-географического положения.
- Характеристика природных условий и ресурсов.
- Характеристика населения.
- Краткий исторический очерк.
- Общая характеристика хозяйства.
- Порайонные различия.
- Туристские ресурсы.
- Основные туры.
- Туристские формальности.

Предложить мероприятия по внедрению технологических инноваций и современных информационных и коммуникативных технологий для обеспечения конкурентоспособности исследуемого региона.

### ***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.

## ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА**

2. Тема практического (семинарского) занятия -  
Раздел 2.

Экономика и организация международного туризма основные экономические законы и категории в туризме

Тема 2.1. Теоретические и практические основы международного туризма

3. Цели занятия.

- – изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;
- – приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- – получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                             | Методы и средства обучения                        |
|-------|---|---|
| 1     | Специфика и состав туристической индустрии.     | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2     | Экономика и организация международного туризма. | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>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. Международное сотрудничество в области туризма.
2. Наиболее перспективные для России направления развития туризма.
3. Организационные принципы проектного управления (перечислить).
4. Организационные формы управления инновационными проектами.
5. Основные направления проведения экспертизы инновационных проектов.

1. Учебная дисциплина. **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО И МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА**

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 2. Экономика и организация международного туризма основные экономические законы и категории в туризме

Тема 2.2. География международного туризма

3. Цели занятия.

- – изучить технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма;



- – приобрести профессиональные умения разработки инновационных концепций предприятий сферы туризма;
- – получить навыки реализации маркетинговых концепций предприятий сферы услуг их с использованием информационно-коммуникационных средств.

#### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения                        |
|-------|--|---|
| 1     | Туристические зарубежные ресурсы                                 | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2     | Рекреационный потенциал и современное развитие туризма зарубежом | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>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. Отличительные черты туризма в России.
2. Перспективы развития международных туристских обменов.
3. Социально-экономические условия развития въездного туризма.
4. Факторы, оказывающие влияние на развитие туризма в России.

#### **ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2**

#### **Форма практического задания: реферат**

#### **Перечень тем раздела 2:**

1. Основные нормативно-правовые документы, регулирующие международный туризм.
2. Материально-техническая база и организационная структура туристской фирмы.
3. Информационное обеспечение работы туристских фирм.
4. Формирование маршрута и пакета туристских услуг.
5. Выбор иностранного партнера.
6. Согласование с иностранной фирмой условий обслуживания российских туристов.
7. Согласование с иностранным партнером цены пакета услуг.
8. Комиссионное вознаграждение.
9. Аннуляция тура.
10. Ответственность турорганизатора за аннуляцию тура.
11. Ответственность принимающей фирмы за соблюдение условий сделки.
12. Туристский ваучер.
13. Виды договоров на туристское обслуживание.
14. Организация международных перевозок российских туристов.
15. Формирование продажной цены зарубежной туристской поездки.
16. Анализ и освоение рынка выездного туризма.
17. Работа туристской фирмы с клиентурой.
18. Безопасность в международном туризме.

### ***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**

#### **7. Выбор темы**

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

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

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

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

9. Основные требования к введению:

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

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

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

Объем введения составляет две страницы текста.

10. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

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

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

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

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

Объем основной части составляет около 10 страниц.

11. Требования к заключению:

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

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

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

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

### ***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.*

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – реферат.**

**Темы рефератов:**

История развития международного туризма в регионе  
История становления и перспективы развития амурских круизов  
Особенности организации безвизовых туристских поездок с Китаем  
Оценка рынка въездного туризма в крае  
Принципы и особенности создания молодежной гостиницы  
Особенности размещения иностранных туристов в городском частном секторе  
Подготовка и участие туристских фирм в международных туристских выставках  
Особенности развития экологического туризма для иностранных туристов на ООПТ  
Развитие деревенского (сельского, аграрного, фермерского – на выбор студента) туризма в регионе  
Развитие креативного (самодеятельного, экстремального, приключенческого – на выбор студента) туризма в регионе  
Развитие аборигенного (этнографического – на выбор студента) туризма в регионе  
Особенности и потребности туристов из Китая (Японии, Кореи, США – на выбор студента) как фактор разработки въездного тура  
Использование культурно-исторических ресурсов региона при создании тура для иностранных туристов из Японии (Китай, Кореи, США – на выбор студента)  
Создание туров на основе культурных событий региона  
Современное состояние этнического (ностальгического) туризма и работа с соотечественниками  
Создание доступной среды для маломобильных путешественников  
Разработка новых туров и экскурсий на основе выявления новых мест и объектов показа  
Выявление новых видов туризма и создание условий для их развития в Хабаровском крае  
Слоганы в туризме (положительный и отрицательный опыт).  
Разработка эффективных слоганов для туризма Хабаровского края  
Позиционирование территории и его использование в Хабаровском крае  
Межрегиональное сотрудничество в туризме  
Управление туризмом на региональном (муниципальном) уровне  
Программы социально-экономического развития Хабаровского края и Дальнего Востока (Программа развития культуры, транспорта, КМНС, здравоохранения, образования – на выбор студента) и их применение для развития туризма в крае  
Туристский путеводитель как средство привлечения туристов  
Туристская энциклопедия: российский опыт, и его использование для разработки Хабаровской энциклопедии  
Разработка цикла (производственных, экологических – на выбор студента) экскурсий

### ***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**

#### **13. 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.

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

#### **15. 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.

16. 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.

17. 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.

18. 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.*

**Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)**

**УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**Раздел 1. Индустрия внутреннего туризма и особенности ее формирования**

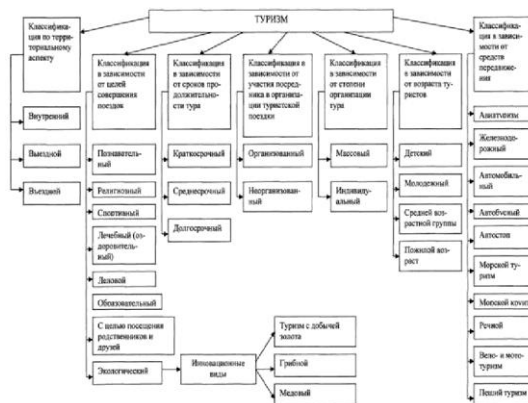
**Тема 1.1. Виды и разновидности внутреннего туризма. Инклюзивный туризм.**

**Особенности развития внутреннего туризма**

**Иллюстрации:**



Источник: <https://theslide.ru/img/tmb/3/275245/b6b599929d11860ea9a872b16ce3eb08-800x.jpg>



Источник: <https://only-game.ru/wp-content/uploads/d/4/5/d4582ca89ca59406d97868ef993ed2fb.jpeg>

<https://only-game.ru/wp-content/uploads/d/4/5/d4582ca89ca59406d97868ef993ed2fb.jpeg>

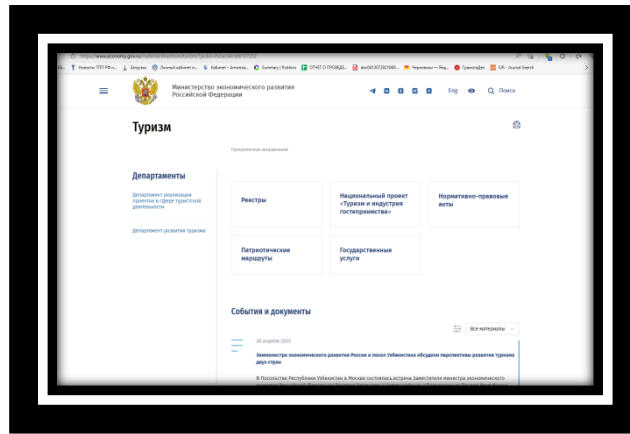
**Тема 1.2. Министерство экономического развития Российской Федерации: продвижение действующих и создании новых направлений внутреннего туризма**

**Иллюстрации:**



**Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»** – открывает туристический потенциал страны для каждого россиянина и всего мира

Источник: <https://static.mk.ru/upload/entities/2021/10/01/16/articles/facebookPicture/c8/3e/84/30/0915e8e6cdc0b67faa6f83b300340d5.jpg>



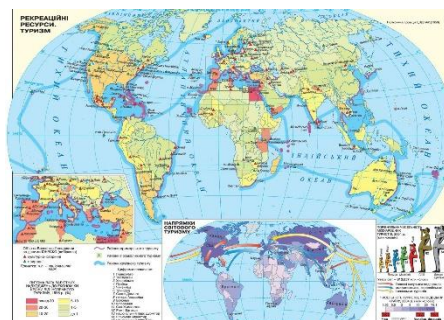
## Раздел 2. Экономика и организация международного туризма основные экономические законы и категории в туризме

### Тема 2.1. Теоретические и практические основы международного туризма

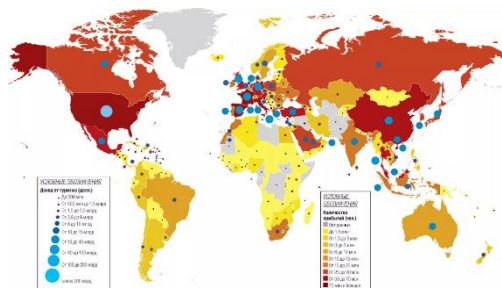
Нет иллюстраций

### Тема 2.2. География международного туризма

Иллюстрации:



Источник: <https://i.pining.com/originals/d9/6e/c9/d96ec992524376dcac571533ca912938.jpg>



Источник: [https://bon-aventura.ru/800/600/https/ic.pics.livejournal.com/cand\\_orel/85803014/2980230/2980230\\_original.jpg](https://bon-aventura.ru/800/600/https/ic.pics.livejournal.com/cand_orel/85803014/2980230/2980230_original.jpg)



## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ


| №<br>п/п | Содержание изменения   | Реквизиты<br>документа<br>об утверждении<br>изменения  | Дата<br>введения<br>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<br>Ученого совета<br>института<br>№ 2<br>от «27» 04 2023 года                 | 01.09.2023                    |
| 2.       | *  | Протокол заседания<br>Ученого совета<br>факультета<br>№ ____<br>от « ____ » ____<br>20 ____ года | __ . __ . ____                |
| 3.       | *  | Протокол заседания<br>Ученого совета<br>факультета<br>№ ____<br>от « ____ » ____<br>20 ____ года | __ . __ . ____                |
| 4.       | *  | Протокол заседания<br>Ученого совета<br>факультета<br>№ ____<br>от « ____ » ____<br>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)**

**АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

**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) «Аналитика больших данных индустрии туризма и гостеприимства» разработана 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 г № 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) .....   | 7  |
| 1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля) .....  | 11 |
| 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 .....  | 25 |
| 3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) .....  | 25 |
| 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 .....       | 27 |
| Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю) .....   | 29 |
| КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 29 |
| Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) .....                             | 56 |
| КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 56 |
| Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....  | 64 |
| УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 64 |
| ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....   | 69 |

# 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   |
|--|---|
| <b>Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных</b>           |   |
| <b>Тема 1.1. Предварительный анализ данных описательная статистика</b>                 | Статистический подход к анализу данных. Точечное и интервальное оценивание. Регрессионный, корреляционный анализ. Основные критерии классификации наборов данных и виды классификации; основные виды графического представления данных и методы их группировки; формулы расчета основных числовых характеристик количественных данных; тип шкалы измерения переменной и данных по упорядоченности статистическое мышление, обработка данных для контроля качества процессов и технологии six sigma. |
| <b>Тема 1.2. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению</b> | : Терминология, история появления. Технические сложности работы с большими данными. Распределенная файловая система HDFS. Базовая идея модели MapReduce,  |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>пример использования MapReduce. Большие данные (big data) в информационных технологиях, совокупность подходов, инструментов и методов обработки структурированных и неструктурированных данных огромных объёмов и значительного многообразия для получения воспринимаемых человеком результатов, эффективных в условиях непрерывного прироста, распределения по многочисленным узлам вычислительной сети, сформировавшихся в конце 2000-х годов, альтернативных традиционным системам управления базами данных и решениям класса Business Intelligence.</p>   |
| <p><b>Раздел 2. Аналитика в больших данных</b></p>   |  |
| <p><b>Тема 2.1. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных. Научные проблемы в области больших данных</b></p> | <p>Методы и техники анализа, применимые к большим данным: методы класса Data Mining: обучение ассоциативным правилам (англ. association rule learning), классификация (методы категоризации новых данных на основе принципов, ранее применённых к уже наличествующим данным), кластерный анализ, регрессионный анализ; краудсорсинг - категоризация и обогащение данных силами широкого, неопределённого круга лиц, привлечённых на основании публичной оферты, без вступления в трудовые отношения; смешение и интеграция данных (англ. data fusion and integration) - набор техник, позволяющих интегрировать разнородные данные из разнообразных источников для возможности глубинного анализа, в качестве примеров таких техник, составляющих этот класс методов приводятся цифровая обработка сигналов и обработка естественного языка (включая тональный анализ); машинное обучение, включая обучение с учителем и без учителя, а также Ensemble learning (англ.) - использование моделей, построенных на базе статистического анализа или машинного обучения для получения комплексных прогнозов на основе базовых моделей (англ. constituent models, ср. со статистическим ансамблем в статистической механике); искусственные нейронные сети, сетевой анализ, оптимизация, в том числе генетические алгоритмы; распознавание образов; прогнозная аналитика; имитационное моделирование; пространственный анализ (англ. Spatial analysis) - класс методов, использующих топологическую, геометрическую и географическую информацию в данных; статистический анализ, в качестве примеров методов приводятся A/B-тестирование и анализ временных рядов; визуализация аналитических данных - представление информации в виде рисунков, диаграмм, с использованием мультимедийных возможностей и анимации как для получения результатов, так и для использования в качестве исходных данных для дальнейшего анализа.</p> |
| <p><b>Тема 2.2. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы</b></p>                             | <p>Понятие прогноза и предвидения. Отличие прогнозирования от предвидения. Закон распределения случайной величины. Статистические оценки параметров. Доверительные области. Теория моментов.</p>   |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <p><b>прогнозирования</b></p> | <p>Корреляционный анализ. Использование модели множественной линейной регрессии для прогнозирования экономических показателей. Доверительные интервалы для зависимой переменной. Сглаживание временных рядов. Динамические модели с распределенными лагами. Стационарные временные ряды. Тестирование стационарности. Коинтеграция. Анализ временных рядов. Адаптивные и мультипликативные методы прогнозирования. Экспоненциальное сглаживание. Авторегрессионные модели. Модели скользящего среднего. Интегрированные процессы. Идентификация авторегрессионной модели скользящего среднего. Прогнозирование с моделями временных рядов. Доверительные интервалы прогноза. Дисперсионный анализ влияния качественных факторов. Ранговые методы. Факторный анализ. Метод главных факторов. Многомерное шкалирование. Классическая модель многомерного шкалирования. Неметрические методы. Кластерный анализ. Дискриминантный анализ. Многомерный статистический анализ.</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 (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.

- 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. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных**

##### **Тема 1.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. анализ данных,
2. типы анализируемых данных,
3. процесс обработки данных.

##### **Тема 1.2. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. основные понятия Big Data
2. источники больших данных,

#### **Раздел 2. Аналитика в больших данных**

##### **Тема 2.1. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных. Научные проблемы в области больших данных**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Перечислите стандарты жизненного цикла больших данных.
2. Перечислите и охарактеризуйте методы интеллектуального анализа данных.
3. Перечислите классы хранилищ больших данных, назовите различия между ними.

## Тема 2.2. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы прогнозирования

### Вопросы для самоподготовки:

1. Методы сбора открытых данных из сети интернет
2. Разведочный анализ и визуализация данных
3. Разработка предсказательной модели
4. Анализ поведения пользователей в сети интерне

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

## Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных

### Тема 1.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика

#### Иллюстрации:

Классификация статистических данных по различным критериям

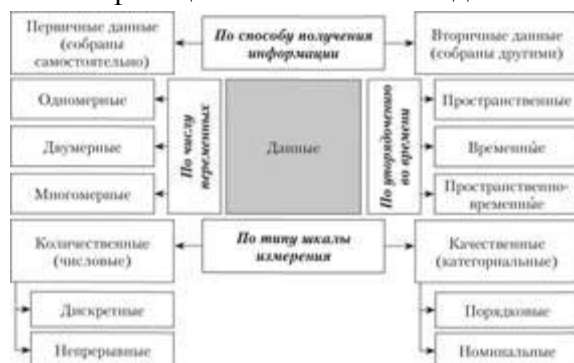


Рис. 1.1. Классификация статистических данных по различным критериям

Источник:

[https://studme.org/93299/statistika/predvaritelnyy\\_analiz\\_dannyh\\_opisatel'naya\\_statistika?ysclid=lh2cvh0bj9302991801](https://studme.org/93299/statistika/predvaritelnyy_analiz_dannyh_opisatel'naya_statistika?ysclid=lh2cvh0bj9302991801)

## Тема 1.2. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению

#### Иллюстрации:

#### Разница подходов

| Традиционная аналитика   | Big data аналитика  |
|--|---|
| Постепенный анализ небольших пакетов данных                            | Обработка сразу всего массива доступных данных                            |
| Редакция и сортировка данных перед обработкой                          | Данные обрабатываются в их исходном виде                                  |
| Старт с гипотезы и ее тестирования относительно данных                 | Поиск корреляций по всем данным до получения искомой информации           |
| Данные собираются, обрабатываются, хранятся и лишь затем анализируются | Анализ и обработка больших данных в реальном времени, по мере поступления |

Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>

| Функция   | Задача  |
|---|---|
| Big Data — собственно массивы необработанных данных                         | Хранение и управление большими объемами постоянно обновляющейся информации      |
| Data mining — процесс обработки и структуризации данных, этап аналитики для | Структурирование разнообразных сведений, поиск скрытых и неочевидных связей для |

|  |   |
|--|---|
| выявления закономерностей  | приведения к единому знаменателю  |
| Machine learning — процесс машинного обучения на основе обнаруженных связей в процессе анализа | Аналитика и прогнозирование на основе обработанной и структурированной информации |

Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>

| Драйверы   | Ограничители   |
|--|--|
| Высокий спрос на Big Data для повышения конкурентоспособности с помощью возможностей технологий  | Необходимость обеспечивать безопасность и конфиденциальность данных                                      |
| Развитие методов обработки медиафайлов на мировом уровне   | Нехватка квалифицированных кадров  |
| Реализация отраслевого плана по импортозамещению программного обеспечения  | В большинстве российских компаний объем накопленных информационных ресурсов не достигает уровня Big Data |
| Тренд на использование услуг российских провайдеров и системных интеграторов   | Новые технологии сложно внедрять в устоявшиеся информационные системы компаний                           |
| Создание технопарков, которые способствуют развитию информационных технологий  | Высокая стоимость технологий   |
| Государственная программа по внедрению грид-систем — виртуальных суперкомпьютеров, которые распространяются по кластерам и связываются сетью | Заморозка инвестиционных проектов в России и отток зарубежного капитала                                  |
| Перенос на территорию России серверов, которые обрабатывают персональную информацию  | Рост цен на импортную продукцию  |

Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>

## Раздел 2. Аналитика в больших данных

### Тема 2.1. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных.

#### Научные проблемы в области больших данных

Иллюстрации:

Нет иллюстраций

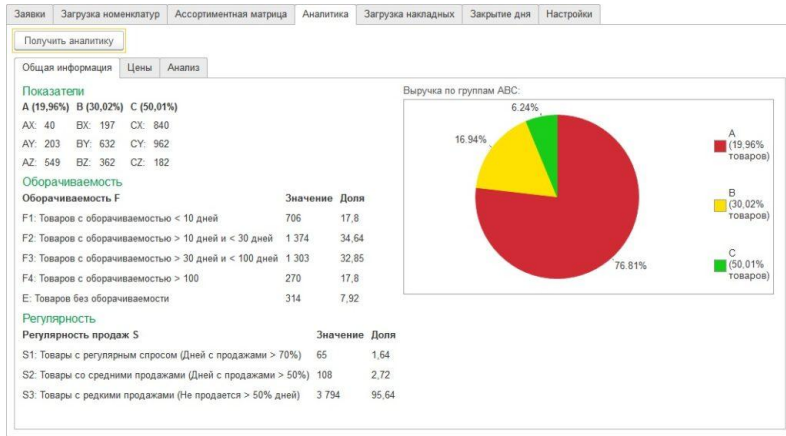
### Тема 2.2. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы прогнозирования

Иллюстрации:

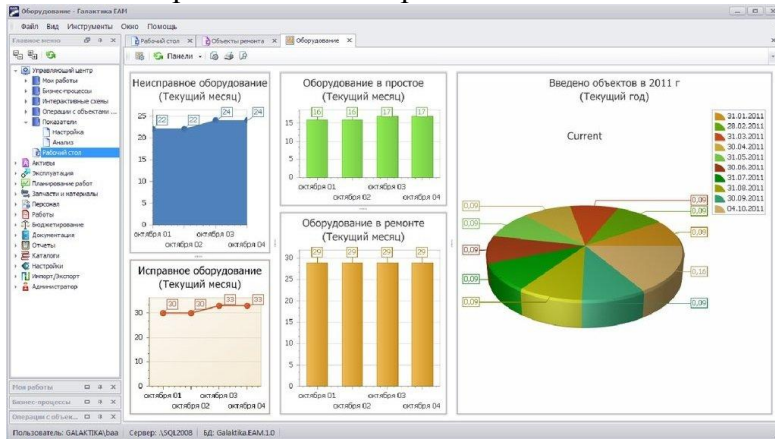


Предсказательная аналитика в разных сферах бизнеса

[Cross sell и Up sell: техники + 12 примеров фраз](#)



## Анализ ассортимента и его прогноз



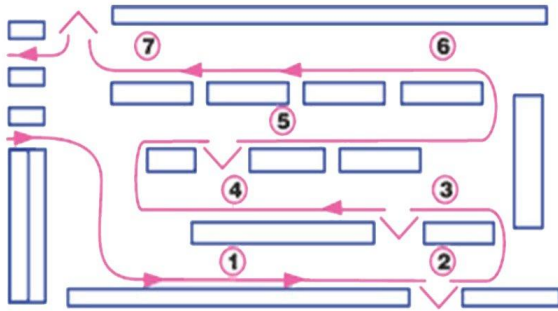
## Статистика работы оборудования



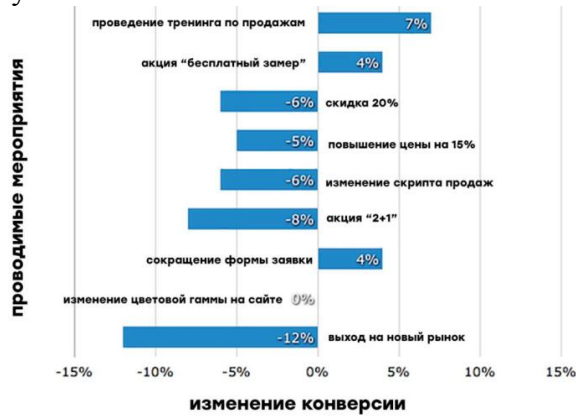
## Статистика мошенничества



## Минимизация рисков

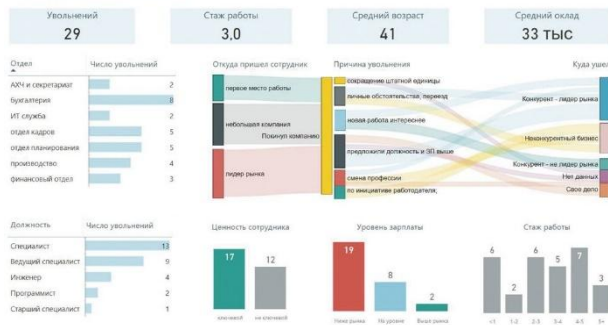


## Путь клиента



## Анализ конверсии

### АНАЛИЗ ПРИЧИН УВОЛЬНЕНИЙ



## Причины увольнений



## Основные компоненты



## Основные типы и методы

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Аналитика больших данных индустрии туризма и гостеприимства» 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. *refere* – 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 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, 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:

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

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:

| <b>Рубежный рейтинг</b>  | <b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>  |
|--------------------------|---|
| 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. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных

Тема 1.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                     | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1.    | Статистический подход к анализу данных. | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 2.    | Точечное и интервальное оценивание..    | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3.    | Регрессионный, корреляционный анализ    | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>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. Предварительный анализ данных, описательная статистика

Текст лекции.

Классификация статистических данных

Критерии классификации данных

В процессе управления экономическими и техническими системами статистические методы позволяют выработать обоснованные решения, сочетающие интуицию и опыт специалиста с тщательным анализом имеющейся информации. И с каждым годом интерес к статистической обработке данных неуклонно возрастает, так как объемы окружающей нас информации угрожающе увеличиваются и без грамотной их обработки и представления, исследования закономерностей невозможно правильно принимать решения на их основе. При этом анализ данных может проводиться с целью:

- анализа и отображения конкретной собранной информации – в этом случае говорят о статистическом описании, описательной (дескриптивной) статистике (descriptive statistics);
- описания всего класса явлений по имеющимся выборочным данным, характеризующим только часть этого класса. Эти задачи относятся к аналитической статистике.

Как правило, любое статистическое исследование начинается с дескриптивной статистики, а потом уже при необходимости углубляется аналитической.

Под данными (data) в статистике понимают совокупность сведений, зафиксированных на определенном носителе в форме, пригодной для их постоянного хранения, передачи и обработки.

В статистике для характеристики изучаемых объектов используются различные типы данных, и к каждому типу применимы свои методы их обработки. Поэтому прежде всего необходимо определиться с их классификацией.

Основные критерии классификации наборов статистических данных [31, 34] следующие:

- 1) по числу переменных, характеризующих объект исследования, различают одномерные, двумерные и многомерные данные;
- 2) по наличию или отсутствию упорядочения во времени различают пространственные, временные и пространственно-временные данные;
- 3) по типу шкалы измерения каждого признака различают количественные (числовые) признаки, которые делятся на дискретные и непрерывные, и качественные (категориальные) признаки, которые делятся на номинальные и порядковые;
- 4) по способу получения данные делятся на первичные – если информация собиралась специально для данного анализа и вторичные – если используется информация из других источников, собранная для других целей.

Полная схема классификации данных по названным критериям представлена на рис. 1.1.

Классификация статистических данных по различным критериям

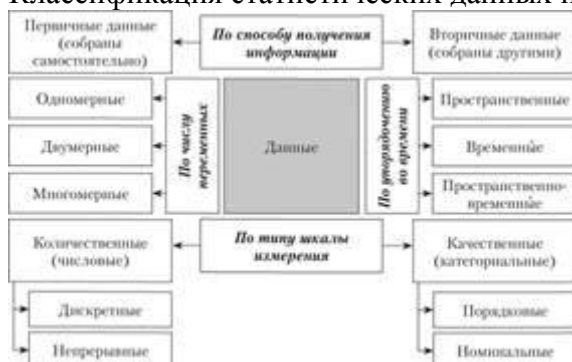


Рис. 1.1. Классификация статистических данных по различным критериям

Источник:

[https://studme.org/93299/statistika/predvaritelnyy\\_analiz\\_dannyh\\_opisatel'naya\\_statistika?ysclid=lh2cvh0bj9302991801](https://studme.org/93299/statistika/predvaritelnyy_analiz_dannyh_opisatel'naya_statistika?ysclid=lh2cvh0bj9302991801)

### Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятие Большие данные. Роль цифровой информации в 21 веке.
2. Виды массивов данных.
3. Базовые принципы обработки больших данных.
4. Технологии обработки больших данных: NoSQL, MapReduce, Hadoop, R.
5. Технологии Business Intelligence и реляционные системы управления базами данных.
6. Прогнозирование и предвидение: общее и особенное.
7. Виды прогнозов
8. Опишите методики анализа больших данных.
9. Процесс аналитики анализа больших данных.
10. Дайте характеристику Big Data на мировом рынке.
11. Охарактеризуйте Big Data в России.
12. Определите понятие Data Mining.

### 1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

#### 2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных

Тема 1.2. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению

#### 3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

#### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения  |
|-------|---|---|
| 1.1.  | Терминология, история появления. Распределенная файловая система HDFS. Базовая идея модели. | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи                          |
| 1.2.  | Технические сложности работы с большими данными.  | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи<br>Заключительная лекция |
| 1.3.  | Большие данные (big data) в информационных технологиях.                                     | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением   |



|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | обратной связи<br>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. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению

### Текст лекции.

#### **Что такое Big Data?**

Термин Big Data появился в 2008 году. Впервые его употребил редактор журнала Nature — Клиффорд Линч. Он рассказывал про взрывной рост объемов мировой информации и отмечал, что освоить их помогут новые инструменты и более развитые технологии.

Чтобы понять Big Data, необходимо определиться с понятием и его функцией в маркетинге.

В наши дни пользователи генерируют данные регулярно: когда они открывают какое-либо приложение, ищут информацию в Google, совершают покупки в интернете или просто путешествуют со смартфоном в кармане. В результате возникают огромные массивы ценной информации, которую компании собирают, анализируют и визуализируют.

Big Data буквально переводится на русский язык как «Большие данные». Этим термином определяют массивы информации, которые невозможно обработать или проанализировать при помощи традиционных методов с использованием человеческого труда и настольных компьютеров. Особенность Big Data еще и в том, что массив данных со временем продолжает экспоненциально расти, поэтому для оперативного анализа собранных материалов необходимы вычислительные мощности суперкомпьютеров. Соответственно, для обработки Big Data необходимы экономичные, инновационные методы обработки информации и предоставления выводов.

Но зачем прилагать столько усилий для систематизации и анализа Big Data? Аналитику Больших данных используют, чтобы понять привлекательность товаров и услуг, спрогнозировать спрос на рынке и реакцию на рекламную кампанию. Работа с Big Data помогает фирмам привлечь больше потенциальных клиентов и увеличить доходы, использовать ресурсы рационально и строить грамотную бизнес-стратегию.

А это значит, что аналитики, умеющие извлекать полезную информацию из больших данных, сейчас нарасхват. Научиться этому можно, даже если вы никогда не работали в IT. Например, «Факультет аналитики Big Data» от GeekBrains предлагает удобные онлайн-занятия и десяток кейсов в портфолио. Кстати, первые шесть месяцев обучения бесплатно. Успешно прошедших курс обязательно трудоустроят – это прописано в договоре.

#### **Разница подходов**

| Традиционная аналитика   | Big data аналитика  |
|--|---|
| Постепенный анализ небольших пакетов данных                            | Обработка сразу всего массива доступных данных                            |
| Редакция и сортировка данных перед обработкой                          | Данные обрабатываются в их исходном виде                                  |
| Старт с гипотезы и ее тестирования относительно данных                 | Поиск корреляций по всем данным до получения искомой информации           |
| Данные собираются, обрабатываются, хранятся и лишь затем анализируются | Анализ и обработка больших данных в реальном времени, по мере поступления |

#### **Функции и задачи больших данных**

Анализ Больших данных начинается с их сбора. Информацию получают отовсюду: с наших смартфонов, кредитных карт, программных приложений, автомобилей. Веб-сайты способны передавать огромные объемы данных. Из-за разных форматов и путей возникновения Big Data отличаются рядом характеристик:

**01**

**Volume.** Огромные «объемы» данных, которые организации получают из бизнес-транзакций, интеллектуальных (IoT) устройств, промышленного оборудования, социальных сетей и других источников, нужно где-то хранить. В прошлом это было проблемой, но развитие систем хранения информации облегчило ситуацию и сделало информацию доступнее.

**Velocity.** Чаще всего этот пункт относится к скорости прироста, с которой данные поступают в реальном времени. В более широком понимании характеристика объясняет необходимость высокоскоростной обработки из-за темпов изменения и всплесков активности.

**02**

**Variety.** Разнообразие больших данных проявляется в их форматах: структурированные цифры из клиентских баз, неструктурированные текстовые, видео- и аудиофайлы, а также полуструктурированная информация из нескольких источников. Если раньше данные можно было собирать только из электронных таблиц, то сегодня данные поступают в разном виде: от электронных писем до голосовых сообщений.

**03**

В России под Big Data подразумевают также технологии обработки, а в мире — лишь сам объект исследования.

| Функция   | Задача   |
|---|--|
| Big Data — собственно массивы необработанных данных   | Хранение и управление большими объемами постоянно обновляющейся информации                                       |
| Data mining — процесс обработки и структуризации данных, этап аналитики для выявления закономерностей | Структурирование разнообразных сведений, поиск скрытых и неочевидных связей для приведения к единому знаменателю |
| Machine learning — процесс машинного обучения на основе обнаруженных связей в процессе анализа        | Аналитика и прогнозирование на основе обработанной и структурированной информации                                |

Big Data характеризует большой объем структурированных и неструктурированных данных, которые ежеминутно образуются в цифровой среде. IBM утверждает, что в мире предприятия ежедневно генерируют почти 2,5 квинтиллиона байтов данных! А 90% глобальных данных получено только за последние 2 года. Но важен не объем информации, а возможности, которые даёт её анализ. Одно из основных преимуществ Big Data — предиктивный анализ. Инструменты аналитики Больших данных прогнозируют результаты стратегических решений, что оптимизирует операционную эффективность и снижает риски компании. Big Data объединяют релевантную и точную информацию из нескольких источников, чтобы наиболее точно описать ситуацию на рынке. Анализируя информацию из социальных сетей и поисковых запросов, компании оптимизируют стратегии цифрового маркетинга и опыт потребителей. Например, сведения о рекламных акциях всех конкурентов, позволяют руководству фирмы предложить более выгодный «персональный» подход клиенту. Компании, правительственные учреждения, поставщики медицинских услуг, финансовые и академические учреждения — все используют возможности Больших данных для улучшения деловых перспектив и качества обслуживания клиентов. Хотя исследования показывают, что еще почти 43% коммерческих организаций до сих пор не обладают необходимыми инструментами для фильтрации нерелевантных данных, теряя потенциальную прибыль. Поэтому сегодня на рынке наметился курс на модернизацию бизнес-процессов, освоение новых технологий и внедрение Big Data.

## **Блокчейн и Биг Дата: потенциал объединенной технологии**

Блокчейн — это децентрализованная система транзакций, где каждую транзакцию проверяет каждый элемент сети. Такая система гарантирует неизменность и невозможность манипуляции данными.

Криптовалюты и другие технологии блокчейн становятся все более популярными. Только в Японии почти 50 банков вступили в партнерские отношения с Ripple, сетью блокчейнов с открытым исходным кодом и третьей по величине рыночной капитализацией криптовалютой в мире. Для банков сотрудничество обеспечит мгновенные безрисковые транзакции по низкой цене. Интерес к подобным операциям проявляют финансовые структуры в других странах, что означает дальнейшее развитие новых технологий в банковской сфере.

Популярность технологии предвещает рост объема транзакционных данных, записанных в регистрах, в геометрической прогрессии. К 2030 году информация, содержащаяся в реестре блокчейн, составит до 20% мирового рынка Больших данных и будет генерировать до 100 миллиардов долларов годового дохода. Хранение этих «озер данных» у традиционных поставщиков облачных хранилищ (AWS или Azure) обойдется в целое состояние. Своевременно на рынке появились поставщики децентрализованных хранилищ данных, предлагающие экономию затрат до 90%. Их работа облегчает внедрение блокчейн по всему миру и гарантирует развитие сферы.

**Если большие данные — это количество, то блокчейн — это качество.**

Использование блокчейна открывает новый уровень аналитики Big Data. Такая информация структурирована, полноценна и безопасна, так как ее невозможно подделать из-за сетевой архитектуры. Анализируя ее, алгоритмы смогут проверять каждую транзакцию в режиме реального времени, что практически уничтожит мошенничество в цифровой сфере. Вместо анализа записей о махинациях, которые уже имели место, банки могут мгновенно выявлять рискованные или мошеннические действия и предотвращать их. Технология блокчейн применима не только к финансовому сектору. Неизменяемые записи, контрольные журналы и уверенность в происхождении данных — всё это применимо в любых бизнес-сферах. Уже сейчас компании внедряют блокчейн при торговле продуктами питания, а с другой стороны — изучают перспективы технологии при освоении космоса. Ожидается, что будущие решения в сфере Big Data и блокчейн радикально изменят способы ведения бизнеса.

## **Машинное обучение**

Сегодня во многих отраслях внедряют машинное обучение для автоматизации бизнес-процессов и модернизации экономической сферы. Концепция предусматривает обучение и управление искусственным интеллектом (ИИ) с помощью специальных алгоритмов. Они учат систему на основе открытых данных или полученного опыта. Со временем такое приложение способно прогнозировать развитие событий без явного программирования человеком и часов потраченных на написание кода.

Например, с помощью машинного обучения можно создать алгоритм технического анализа акций и предполагаемых цен на них. Используя регрессионный и прогнозный анализы, статистическое моделирование и анализа действий, эксперты создают программы, которые рассчитывают время выгодных покупок на фондовом рынке. Они анализируют открытые данные с бирж и предлагают наиболее вероятное развитие событий. При работе с Большими данными машинное обучение выполняет сходную функцию: специальные программы анализируют внушительные объемы информации без вмешательства человека. Все, что требуется от оператора «научить» алгоритм отбирать полезные данные, которые нужны компании для оптимизации процессов. Благодаря этому аналитики составляют отчеты за несколько кликов мыши, высвобождая своё время и ресурсы для более продуктивных задач: обработки результатов и поиск наиболее эффективных стратегий. В динамично развивающемся мире, где ожидания клиентов всё выше, а человеческие ресурсы всё ценнее, машинное обучение и наука о данных играют решающую роль в развитии

компаний. Цифровая технологизация рабочего процесса жизненно необходима для сохранения лидирующих позиций в конкурентной среде.

#### **Большие данные в бизнесе**

Всех, кто имеет дело с большими данными, можно условно разделить на несколько групп:

**Датамайнеры** — разработчики алгоритмов, которые помогают заказчикам извлекать ценные сведения. Среди них: Yandex Data Factory, «Алгомост», Glowbyte Consulting, CleverData и др.

**Поставщики инфраструктуры** — решают задачи хранения и предобработки данных. Например: IBM, Microsoft, Oracle, Sap и другие.

**Системные интеграторы** — компании, которые внедряют системы анализа больших данных на стороне клиента. К примеру: «Форс», «Крок» и др.

**Потребители** — компании, которые покупают программно-аппаратные комплексы и заказывают алгоритмы у консультантов. Это «Сбербанк», «Газпром», «МТС», «Мегафон» и другие компании из отраслей финансов, телекоммуникаций, ритейла.

**Разработчики готовых сервисов** — предлагают готовые решения на основе доступа к большим данным. Они открывают возможности Big Data для широкого круга пользователей.

Основные поставщики больших данных в России — поисковые системы. Они имеют доступ к массивам данных, а кроме того, обладают достаточной технологической базой для создания новых сервисов.

#### **Google**

На рынке бизнес-аналитики с 2012 года, когда компания запустила Google BigQuery — облачный сервис для анализа Big Data в режиме реального времени. Через год его интегрировали в Google Analytics Premium — платную версию счетчика. Недавно Google представила Cloud Bigtable — масштабируемый, облачный сервис баз данных.

#### **«Яндекс»**

Большинство сервисов компании построено на анализе больших данных: поисковый алгоритм на основе нейросетей «Палех», машинный перевод, фильтрация спама, таргетинг в контекстной рекламе, предсказание пробок и погоды, распознавание речи и образов, управление беспилотными автомобилями.

Некоторое время в «Яндексе» существовало отдельное подразделение Yandex Data Factory, которое оказывало консультационные услуги крупным компаниям. Но впоследствии эта структура была внедрена в отдел поиска.

#### **Mail.Ru Group**

Система веб-аналитики «Рейтинг Mail.Ru» — первый проект, который начал применять технологии обработки больших данных. Сейчас Big Data используется практически во всех сервисах компании — «Таргет.Mail.Ru», «Почта Mail.Ru», «Одноклассники», «Мой Мир», «Поиск Mail.Ru» и других.

С помощью анализа больших данных Mail.Ru таргетирует рекламу, оптимизирует поиск, ускоряет работу техподдержки, фильтрует спам, изучает поведение пользователей и т.д.

#### **«Рамблер»**

Сначала медиахолдинг использовал большие данные только в поиске, а затем в компании появилось направление датамайнинга. «Рамблер» применяет технологии для персонализации контента, блокировки ботов и спама, обработки естественного языка.

#### **Выгоды использования технологии в бизнесе**

**Повышаются шансы проекта на востребованность.**

**Увеличивается скорость запуска новых проектов.**

**Упрощается планирование.**

**Можно оценить степень удовлетворенности пользователей.**

**Проще найти и привлечь целевую аудиторию.**

**Ускоряется взаимодействие с клиентами и контрагентами.**

**Оптимизируются интеграции в цепи поставок.**

**Повышается качество клиентского сервиса, скорость взаимодействия.**

**Повышается лояльность текущих клиентов.**

Интерес к технологиям больших данных в России растет, но у Big Data есть как драйверы, так и ограничители.

| Драйверы   | Ограничители   |
|--|--|
| Высокий спрос на Big Data для повышения конкурентоспособности с помощью возможностей технологий  | Необходимость обеспечивать безопасность и конфиденциальность данных                                      |
| Развитие методов обработки медиафайлов на мировом уровне   | Нехватка квалифицированных кадров  |
| Реализация отраслевого плана по импортозамещению программного обеспечения  | В большинстве российских компаний объем накопленных информационных ресурсов не достигает уровня Big Data |
| Тренд на использование услуг российских провайдеров и системных интеграторов   | Новые технологии сложно внедрять в устоявшиеся информационные системы компаний                           |
| Создание технопарков, которые способствуют развитию информационных технологий  | Высокая стоимость технологий   |
| Государственная программа по внедрению грид-систем — виртуальных суперкомпьютеров, которые распространяются по кластерам и связываются сетью | Заморозка инвестиционных проектов в России и отток зарубежного капитала                                  |
| Перенос на территорию России серверов, которые обрабатывают персональную информацию  | Рост цен на импортную продукцию  |

### **Big Data в маркетинге**

Зачем нужны большие данные в маркетинге? Анализ массивов информации о компании открывает новые возможности:

**Узнать своих клиентов.**

**Изучить конкурентов.**

**Понять работу бизнеса в цифрах.**

Маркетинг сможет выйти на новый уровень понимания и аналитики, что позволит снизить издержки и увеличить продажи.

**Выгоды использования технологии в маркетинге**

**Максимальная персонализация рекламных сообщений.**

**Предсказание реакции потребителей на маркетинговые сообщения.**

**Создание точных портретов целевых потребителей.**

**Увеличение кросс-продаж, повторных продаж, ремаркетинга.**

**Поиск и определение причин популярности востребованных товаров и продуктов.**

**Совершенствование продуктов и услуг, повышение лояльности клиентов.**

**Повышение качества обслуживания.**

**Предупреждение мошенничества.**

**Снижение издержек в работе с поставщиками и клиентами.**

Благодаря специальным сервисам технологии больших данных, Big Data найдется применение в любом отделе маркетинга, в том числе среднего и малого бизнеса. Вам не потребуется устанавливать и обслуживать дорогостоящее оборудование и содержать специалиста.

### **Сервисы Big Data**

«1С-Битрикс BigData»

Облачный сервис для персонализации торговых предложений, встроенный в систему управления сайтом. Позволяет повысить качество управления и эффективность рекламы,

увеличить средний чек, объемы продаж и конверсию за счет персональных предложений, которые создаются на основе знаний о пользователе.

### **Подключение сервиса**

RTB Media

Сервис по управлению закупками цифровой рекламы, который помогает эффективно участвовать в RTB-аукционах. Использует большие данные для привлечения нужных покупателей. С помощью сервиса можно настроить кросс-канальный, поисковый и товарный ретаргетинг.

### **Демо-версия сервиса**

Alytics

Система сквозной аналитики с автоматизацией контекстной рекламы и интерактивными отчетами. Возможности: аналитика, интерактивные дашборды, коллтрекинг, автоматическое управление контекстной рекламой. Позволяет эффективно управлять рекламными бюджетами, предоставляет отчет о таких показателях, как CPA, ROI, выручка и др. Внедряется в несколько кликов, подойдет для специалистов по контекстной рекламе, маркетологов и руководителей.

### **Интерфейс раздела аналитики**

Crossss

Сервис для мультиканальной персонализации интернет-магазинов, своеобразный мерчендайзинг для e-commerce. Сервис собирает информацию об интересах пользователей, анализирует ее и помогает предугадывать желания покупателя. Crossss может перестроить контент сайта лично на каждого пользователя на основе его поведения: выстроить выкладку товаров в каталоге, создать персонализированные и таргетированные почтовые рассылки.

### **Раздел аналитики в сервисе**

Технологии Big Data уже обыденность — множество компаний использует их для решения задач своего бизнеса, наряду с автоматизацией и CRM. Будущее больших данных — применение технологий Blockchain, глубокое внедрение искусственного интеллекта, повсеместный переход на облачные сервисы и платформы для самостоятельной работы, а также анализ Dark Data — всей неоцифрованной информации о компании.

*Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>*

### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Вопросы безопасности больших данных.
2. В чем состоит когнитивный анализ данных.
3. Какие модели данных вы знаете?
4. Основные описательные статистики.
5. Определите различия между параметрическими, непараметрическими и номинальными методами.
6. Опишите основную идею корреляционного анализа.
7. Регрессионный анализ.
8. Основная идея дисперсионного анализа.
9. Сущность кластерного анализа.
10. Дискриминантный анализ: модель и общая процедура выполнения.
11. Цели факторного анализа.
12. Программные средства анализа данных: Statistica, SPSS, Excel; их преимущества и недостатки.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Аналитика в больших данных

Тема 2.1. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных. Научные проблемы в области больших данных

### 3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                       | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1     | Процесс анализа больших данных.           | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2     | Технологии анализа больших данных.        | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3     | Научные проблемы в области больших данных | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>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. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных. Научные проблемы в области больших данных

#### Текст лекции.

##### Введение

Объем данных, генерируемый и собираемый современными научно-исследовательским центрами, финансовыми институтами, социальными сетями, уже привычно измеряется петабайтами. Так в дата-центрах Facebook хранится уже более 15 млрд. изображений, нью-йоркская фондовая биржа NYSE создает и реплицирует ежедневно около 1 Тб данных, Большой адронный коллайдер получает около 1 Пб данных в секунду.

Таким образом, в современном мире возникла проблема больших данных или Big Data. Мировые лидеры в сфере ИТ и бизнеса заняты поиском оптимального решения для

управления огромным количеством постоянно прибывающей информации и ее анализа. Они ищут пути извлечения выгоды из данных находящихся в их распоряжении.

Тема больших данных интересна как с практической, так и с теоретической точек зрения. Сами технологии находятся в состоянии непрерывного развития, что позволяет как в режиме реального времени наблюдать за процессом их внедрения и совершенствования, так и непосредственно участвовать в создании новых технологий обработки больших массивов данных.

Также хочется заметить, что расширение познаний и навыков в сфере Big Data является особенно актуальным для студентов специальности бизнес-информатика.

Большие данные.

Описывая специфику больших данных, первым делом упоминают 3V: "volume, variety and velocity" или объем, разнообразие и скорость.

Объем подразумевает не только большое количество хранимой информации, но и ее дополнение, рост, изменение с течением времени.

Разнообразие типов и источников информации всегда было большой проблемой, когда появлялась необходимость свести их в один массив данных. Сегодня это разнообразие только увеличивается.

Скорость оценивается как при создании информации, так и при ее обработке.

Традиционным методом работы с массивами информации являются реляционные базы данных. Однако работа с реляционной базой данных на сотни терабайт - это еще не Big Data, а, например, "обычная" highload-БД. Разница, в данном случае, заключается в архитектуре БД и логике взаимодействия СУБД с хранящейся информацией.

В реляционных БД информация распределена дисперсионно, т.е. имеет место изначально заданная четкая структура, изменение которой в уже работающей базе связано с множеством проблем. Таким образом, в силу своей архитектуры, реляционные БД лучше всего подходят для коротких быстрых запросов, идущих однотипным потоком. Сложный же запрос либо потребует перестройки структуры БД, либо, в угоду быстрдействию, увеличения вычислительных мощностей. Это указывает на еще одну проблему традиционных баз данных, а именно на сложность их масштабирования.

Таким образом, для работы со сложными гибкими запросами необходима среда, позволяющая хранить и обрабатывать неструктурированные данные, поддающаяся масштабированию и допускающая применения распределенных вычислений, где для обработки данных используется не одна высокопроизводительная машина, а целая группа таких машин, объединенных в кластер.

Техники анализа больших данных

На данный момент существует и разрабатывается множество техник анализа больших кластеров информации. Далее будут приведены некоторые из них.

Слияние и интеграция данных (Data fusion and data integration). Набор техник, которые сводят вместе и анализируют информацию из различных источников, с целью получения более достоверной и, в перспективе, полезной информации, чем при использовании единственного источника. Для этого может быть использована обработка цифровых сигналов (Signal processing). Например, данные СМИ, проанализированные с помощью обработки естественного языка (natural language processing) и сопоставленные с данными о продажах, могут выявить механизм воздействия рекламных компаний и другой информации на поведение покупателей.

Интеллектуальный анализ данных (Data mining). Набор техник извлечения потенциально полезной информации из больших массивов данных путем комбинации различных методов, от статистики до машинного обучения (machine learning) и управления базами данных (database management). Они включают в себя ассоциативное обучение (association rule learning), кластерный анализ (cluster analysis), классификацию и регрессию.

Генетические алгоритмы (Genetic algorithms). Техника, используемая для оптимизации и основанная на принципе естественной эволюции: "выживание наиболее приспособленного".



Здесь потенциальные решения внесены в код подобно хромосомам и могут составлять комбинации и мутировать. Также часто описываются как тип эволюционных алгоритмов, хорошо подходящих для решения нелинейных задач. Примером может являться улучшение рабочего графика или оптимизация инвестиционного портфеля.

Нейронные сети (Neural networks). Вычислительные модели, вдохновленные нервной системой человека и животных. Они хорошо подходят для нахождения сложных образов, и могут быть использованы для распознавания и оптимизации. Могут включать в себя, так называемое, обучение с учителем (supervised learning), или обучение без учителя (unsupervised learning)

Обработка потоков (Stream processing). Технологии обработки большого количества потоков данных о событиях в реальном времени.

Также широко используется метод визуализации и другие.

Технологии анализа больших данных.

Технологии анализа, в силу перспективности развития этого направления и большой коммерческой отдачи, также широко представлены, и их число продолжает расти. Ниже приведен список и описание наиболее заметных из них.

Business intelligence (BI). Прикладное программное обеспечение, разработанное для сбора, анализа и представления данных. Инструменты BI часто используются для создания стандартных отчетов или для отображения информации в реальном времени на панелях управления.

Cassandra. Бесплатная СУБД с открытым кодом, предназначенная для обращения с большим количеством данных на базе распределенной системы. Изначально разработана в Facebook, сейчас числится как проект the Apache Software foundation

Extract, transform, and load (ETL). Программные инструменты для извлечения данных их внешних источников, адаптации их под стандарт системы и загрузки в базу данных.

Google File System. Фирменная распределенная файловая система Гугла.

Hadoop. Бесплатная программная среда для обработки огромных массивов данных и решения определенных типов задач на основе распределенных систем. Разработка вдохновлена Google's MapReduce и Google File System. Изначально разработана в Yahoo!, сейчас числится как проект the Apache Software foundation.

Аналитика Big Data реалии и перспективы в России и мире.

О больших данных сегодня не слышал только человек, который не имеет никаких внешних связей с внешним миром. На Хабре тема аналитики Big Data и смежные тематики популярны. Но неспециалистам, которые хотели бы посвятить себя изучению Big Data, не всегда ясно, какие перспективы имеет эта сфера, где может применяться аналитика Big Data и на что может рассчитывать хороший аналитик. Давайте попробуем разобраться.

С каждым годом увеличивается объем генерируемой человеком информации. К 2020 году объем хранимых данных увеличится до 40-44 зеттабайт (1 ЗБ ~ 1 миллиард ГБ). К 2025 году — до примерно 400 зеттабайт. Соответственно, управление структурированными и неструктурированными данными при помощи современных технологий — сфера, которая становится все более важной. Интересуются большими данными как отдельные компании, так и целые государства.

К слову, именно в процессе обсуждения информационного бума и способов обработки генерируемых человеком данных и возник термин Big Data. Считается, что впервые его предложил в 2008 году редактор журнала Nature — Клиффорд Линч.

С тех пор рынок Big Data ежегодно увеличивается на несколько десятков процентов. И эта тенденция, по мнению специалистов, будет держаться и дальше. Так, по оценкам компании Frost & Sullivan в 2021 году общий объем мирового рынка аналитики больших данных увеличится до показателя в \$67,2 млрд. Ежегодный рост составит около 35,9 %.

Технологии и методы анализа, которые используются для анализа Big Data:

Data Mining;

краудсорсинг;

смешение и интеграция данных;  
машинное обучение;  
искусственные нейронные сети;  
распознавание образов;  
прогнозная аналитика;  
имитационное моделирование;  
пространственный анализ;  
статистический анализ;  
визуализация аналитических данных  
Аналитика Big Data в мире.

Сейчас аналитика больших данных используется в более чем 50 % компаний по всему миру. При том, что в 2015 году этот показатель составлял всего лишь 17 %. Big Data активнее всего используется компаниями, которые работают в сфере телекоммуникаций и финансовых услуг. Затем идут компании, которые специализируются на технологиях в здравоохранении. Минимальное использование аналитики Big Data в образовательных компаниях: в большинстве случаев представители этой сферы заявляли о намерении использовать технологии в ближайшем будущем.

В США аналитика Big Data используется наиболее активно: более 55 % компаний из самых разных сфер работают с этой технологией. В Европе и Азии востребованность аналитики больших данных ненамного ниже — около 53 %.

Аналитика Big Data в России.

По мнению аналитиков IDC, Россия является крупнейшим региональным рынком решений по аналитике Big Data. Рост объемов рынка таких решений в Центральной и Восточной Европе достаточно активный, каждый год этот показатель увеличивается на 11%. К 2022 году он достигнет в количественном отношении \$5,4 млрд.

Во многом такое бурное развитие рынка обуславливается ростом этой сферы в России. В 2018 году выручка от продажи соответствующих решений в РФ составила 40% от совокупного объема инвестиций в технологии обработки Big Data всего региона.

В РФ больше всего на обработку Big Data тратят компании со стороны банковского и государственного секторов, телекоммуникационной индустрии и промышленности.

Что сдерживает развитие рынка Big Data в России.

Высокая стоимость решений и отсутствие быстрых результатов.

Хотя интерес к решениям BI и Big Data растет во всех сферах, основным сдерживающим фактором, особенно в компаниях среднего бизнеса, остается стратегия выживания при отсутствии стратегии развития и рывка, и, как следствие, экономия на ИТ-бюджете. Заказчикам нужны не просто ИТ-технологии, им нужны конкурентоспособные бизнес-идеи и экономический эффект в ближайшем будущем. Инструменты обработки больших данных требуют больших вычислительных мощностей, а следовательно, дороги в закупке, установке и использовании.

Бизнес-пользователи при таких обстоятельствах хотят увидеть возврат инвестиций в оборудование в самой ближайшей перспективе. Однако на деле этого не происходит – как и любые аналитические инструменты, системы Big Data нацелены на оптимизацию бизнеса и не приносят «быстрых» доходов, - отмечает Роман Коновалов, генеральный директор «АйДи – Технологии управления».

Дефицит специалистов.

На рынке по-прежнему наблюдается дефицит специалистов, которые умеют реализовывать проекты в сфере Big Data. В России пока не образовались центры компетенций, которые бы занимались их массовой подготовкой. Поэтому успешные кейсы – это скорее истории отдельных компаний и разработчиков.

Кроме того, в России пока отсутствует профессиональное сообщество, которое взяло бы на себя большую задачу – информирование рынка изнутри.

Запрос есть со стороны как разработчиков, так и заказчиков, а компетенциями обладают отдельные вендоры и специалисты. Я думаю, что стоит использовать как можно больше различных форматов для создания экспертного сообщества. Мы все являемся участниками единого ИТ-пространства, и обмен опытом позволит укрепить потенциал рынка отечественной ИТ-разработки технологий Big Data, - отмечает Тимур Ахмеров, генеральный директор «БАРС Груп»

По мнению гендиректора CleverData Дениса Афанасьева, применение Big Data на практике сильно зависит от компетенций и навыков специалистов, поэтому компаниям важно развивать собственную экспертизу. Для извлечения пользы из данных требуются аналитики, совмещающие навыки и математика, и разработчика, и бизнес-аналитика. Университет этих компетенций позволяет разбираться одновременно в сфере анализа данных, в статистике, учитывать возможности технической реализации проектов и практического применения Big Data.

Некачественные данные.

Для российских заказчиков по-прежнему актуальна проблема некачественных данных – на основе разрозненных или недостоверных данных эффективно решать аналитические задачи невозможно.

Но важно, что направление обозначено и в целом движение вперед прослеживается, а на рынке присутствуют российские BI-инструменты, которые обеспечивают интеграцию с различными источниками данных, что жизненно необходимо для внедрения проектов Big Data, и инструментарием продвинутой аналитики одновременно. Например, «Форсайт. Аналитической платформа». В ней обеспечена интеграция с коммерческими платформами, среди которых – Teradata, Oracle Exadata, SAP Hana, HP Vertika, IBM Netezza и др.), а также open source продуктами (например, PostgreSQL, Hadoop и др.), - говорит Юлия Кудрявцева из компании «Форсайт».

Конфиденциальность данных.

Одними из основных сдерживающих факторов для развития и совершенствования инструментов аналитики в России являются опасения заказчиков в области конфиденциальности данных.

Несмотря на то, что инструменты киберзащиты нового поколения, активно внедряются в бизнес-практику, пользователи систем Big Data все еще остерегаются сливов конфиденциальной информации о компаниях, а также персональных данных клиентов, - рассказывает Роман Коновалов, генеральный директор «АйДи – Технологии управления».

Более активному развитию рынка препятствует недоверие потребителей к технологиям, а также отдельные вопросы регулирования рынка.

Для работы с данными интернет-пользователей и их применения необходимо обеспечить конфиденциальность и особые условия хранения персональных данных, - добавляет Денис Афанасьев из Clever Data.

Состояние российского рынка Big Data.

Российский рынок Big Data находится на начальной стадии развития и под этим термином часто понимаются традиционные BI-подходы. Основными потребителями технологий больших данных, так же, как и основными носителями больших объемов данных, являются компании в банковском секторе, Телекоме и торговле. Для них анализ больших объемов данных, связанных с анализом платежеспособности клиентов, потребительским поведением и рыночной конъюнктурой является важнейшим инструментом для поддержания конкурентного преимущества.

В последние годы во всех компаниях из большой тройки мобильных операторов появились подразделения, специализирующиеся на работе с большими данными, причем они являются не просто информационными подразделениями для развития клиентских про-файлов, они являются бизнес-единицами, которые призваны генерировать дополнительную прибыль.

Ритейл тоже находится в числе первопроходцев рынка Big Data. Все больше компаний из этого сегмента создают отдельные подразделения по работе с данными, чтобы как можно глубже погружаться в строки чеков за 2+ лет и находить новые скрытые взаимосвязи, добавляет Байбаков.

Иван Вахмянин, генеральный директор компании Visiology, полагает, что первая шумиха уже прошла, и сейчас происходит накопление реального опыта, как у заказчиков, так и у исполнителей.

Тренды российского и мирового рынка Big Data.

Основная тенденция российского рынка Big Data — проникновение технологий больших данных в те области, в которых раньше их было сложно представить.

Если ранее огромное число сегментов, например, производство, не так активно уделяло внимание технологиям работы с большими данными, то сейчас возможность собрать информацию со всех датчиков и другого оборудования завода дает гигантские возможности.

По мнению Константина Черноусова, заместителя генерального директора Vesolv, общий тренд заключается в том, что все хотят использовать Big Data, поскольку анализ больших данных повышает эффективность и конкурентоспособность компании. И одним из движимых фактов является, как ни странно, появляющиеся опасения от того, что конкурент начал извлекать выгоду, используя новую технологию.

Если говорить о мировых трендах, то в первую очередь можно говорить о тренде переноса инфраструктуры Big Data в облако, считает Иван Вахмянин, генеральный директор компании Visiology.

Второй тренд, по его словам, - это потоковая (streaming) аналитика, которая позволяет анализировать поступающие данные в реальном масштабе времени. Эта возможность особенно важна для приложений, построенных поверх данных, собираемых с датчиков (IoT, PoT).

Павел Адылин из Artezio, добавляет, что для мирового рынка характерно разделение направления Big Data, которое у нас пока понимают в общем виде, на множество самостоятельных направлений, решающих более узкие специфические задачи.

Например, по его данным, можно выделить: программно-аппаратные средства обеспечения хранения больших данных, средства параллельной обработки данных, средства фильтрации данных и построения моделей, средства визуализации данных и их взаимосвязи, средства работы с изображениями, машинное обучение, интеллектуальные интерфейсы, автоматизация умственного труда.

С таким разделением также связано появление готовых отраслевых решений для малого и среднего бизнеса, работающих как автономные приложения, так и по моделям SaaS или BaaS (Big Data as Service).

Барьеры российского рынка Big Data.

Одна из главных проблем рынка Big Data в России - трудности с поиском квалифицированных специалистов.

По мнению Ивана Вахмянина из Visiology, дефицит таких кадров наблюдается не только потому, что они должны обладать довольно сложным набором навыков и компетенций, но и потому что сегодня мало кто понимает, как их готовить, оценивать и правильно организовывать их работу.

Константин Черноусов, заместитель генерального директора Vesolv, рассказывает, что сейчас постепенно входит в обиход такая профессия как Data Scientist. Она довольно редкая, но спрос на нее уже колоссальный: на одно резюме такого специалиста приходится порядка 50 запросов на работу.

В России таких специалистов, которые расскажут руководству о возможностях анализа с использованием Big Data, посчитают бюджет и реализуют проект, мало, и увеличить их количество быстро не получится, поскольку отсутствуют не просто курсы, а даже материалы на русском языке, - отмечает Черноусов.

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Определение больших данных, ключевые характеристики.
2. Примеры задач больших данных.
3. Основные виды данных.
4. Дать краткую сравнительную характеристику инструментария ПО для анализа данных.
5. Охарактеризовать конструкции языка R Перечислить типы языка R, привести примеры.
6. Роль аналитика по данным (Data Scientist).
7. Ключевые компетенции аналитика.
8. Отличия BI от Data Science.
9. «Жизненный цикл» проекта по аналитике больших данных.
10. Типовая архитектура проекта в области больших данных.
11. Перечислить используемые технологии, указать степень вовлеченности каждой из технологий на каждом этапе работы над проектом.
12. Что такое Data Mining?
13. Основные задачи и методы Data Mining.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Аналитика в больших данных

Тема 2.2. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы прогнозирования

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1     | Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2     | Методы прогнозирования.   | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>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. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы прогнозирования

Текст лекции.

Предиктивная аналитика: 3 метода и системы  
3 КИТА ПРЕДИКТИВНОЙ АНАЛИТИКИ

*Предиктивная аналитика (от английского “predictive analytics”) - это предсказательная или прогнозная аналитика.*

Если разбираться глубже, то это совокупность методов анализа данных с их интерпретацией, которая помогает на основе прошлых событий принять с большой точностью верное решение в будущем.

Происходит это за счет нахождения параметров среди данных, которые влияют на другие. Далее определяется степень влияния, и происходит магия: Вы получаете картину того, как изменится Ваш бизнес, если какой-то параметр изменит свое значение.

История данной методики берет свое начало с 40-х годов прошлого столетия, когда команда под руководством Алана Тьюринга пытались взломать шифровальную машину Фашистской Германии “Энигма”.

Сложность данной операции заключалась в том, что алгоритм Энигмы менялся каждые 24 часа, и его не успевали взламывать

Алан Тьюринг, британский математик, изобретатель вычислительной “Машины Тьюринга” предположил, что в любом случае есть какая-либо корреляция между символами, осталось лишь ее вычислить. Но для этого требовалось хоть что-то, что есть в каждом зашифрованном сообщении.

Немцев подвела их идеология - в каждом их сообщении была ритуальная для них фраза “Да здравствует Гитлер”.

Вычислив алгоритм составления этой фразы, а именно, соответствие зашифрованных символов символам из реальной фразы, команде тьюринга удалось разгадать “Код Энигмы”. Кстати, считается, что как раз это и позволило значительно сократить Вторую мировую войну.

P.S. На эту тему снят потрясающий, на мой взгляд, фильм “Игра в имитацию” 2014 года.

Ну и после этот метод предиктивной аналитики начал успешно применяться и в других вычислительных задачах, что позволило родиться тому, на основе чего я написал эту статью.

### ***Зачем нужна бизнесу***

Предикативная аналитика дает преимущество перед Вашими конкурентами. Представьте, что Вы всегда владеете прогнозной информацией, знаете, что будет с бизнесом завтра, и какое решение более оптимальное в этой ситуации.

*Важно. Сразу хочу извиниться перед математиками: это статья будет написана простыми словами, и для лучшего понимания, термины могут быть заменены на человеческие понятия, а принципы описаны ненаучно.*

А теперь ответьте себе на один вопрос, только честно: "На основе чего Вы приняли последнее решение в Вашем бизнесе?" Ответили?

Наверняка что-то из разряда: "у меня большой опыт", "раньше всегда так принимались решения", "мне посоветовал мой [маркетолог](#), жена, брат, сват" и т.д. И вполне вероятно, что это решение было верное, но случайное.

А теперь я Вам расскажу, как бы Вы его принимали, опираясь на предиктивную аналитику. Только учтите, что это лишь малая часть способов её применения.



## Предсказательная аналитика в разных сферах бизнеса

Кстати. Для поиска конкурентов рекомендую следующие сервисы: [Livedune](#) (по промокоду "INSCALE" скидка 30% + 7 дней доступа), [Spywords](#) (по промокоду INS\_613070 скидка 10%), [Keyso](#). Они точно помогут Вам держать руку на пульсе.

### 1. Оптимизация в ритейле и FMCG

В них это работает следующим образом: если Вы знаете, какие продукты пользуются спросом у покупателей, можно решить сразу несколько задач: каких товаров и сколько должно быть постоянно в Вашем магазине (интернет-магазине), что предложить покупателю вдобавок к его покупке, какую цену оптимально установить на определенный товар.

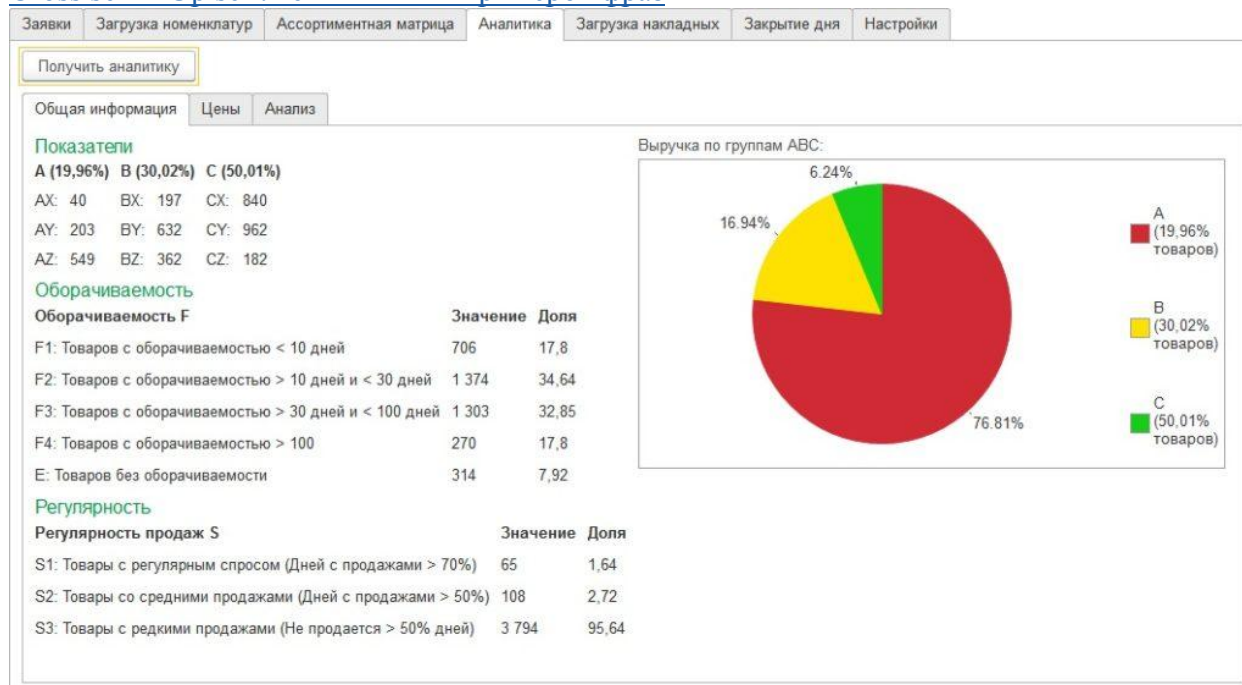
#### Пример:

Вы владелец интернет-магазина одежды. У Вас есть информация, что 80% клиентов мужского пола вместе с пиджаком покупают еще и рубашку.

Так вот, зная это, Вы сможете предлагать всем мужчинам, которые заказали только пиджак, заказать еще и рубашку. Наверняка многие согласятся, т.к. статистика не врет. Тем самым Вы [повысите средний чек](#) заказа.

#### По теме:

#### [Cross sell и Up sell: техники + 12 примеров фраз](#)



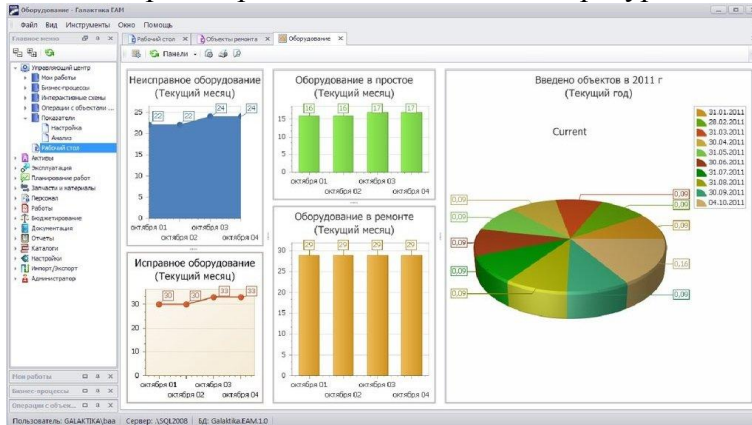
#### Анализ ассортимента и его прогноз

### 2. Оптимизация производства

Если Вы собираете информацию о параметрах, влияющих на работу оборудования, а не надеетесь только на инструкцию по эксплуатации, то намного проще предотвратить его поломки и провести необходимое обслуживание.

### Пример:

У Вас своя конвейерная линия, и уже не раз случалось, что при повышенных температурах воздуха оборудование выходит из строя. Зная это и прогноз погоды на ближайшее время, Вы сможете предотвратить повышение температуры в цеху, тем самым избежите простоя.



Статистика работы оборудования

### 3. Обнаружение мошенничества

Если у Вас есть статистика по недобросовестным клиентам, например, по их полу, возрасту, профессии и другим признакам, то Вы сможете их отсеивать еще на стадии [анкетирования](#).

### Пример:

Вы занимаетесь банковскими услугами, и у Вас есть собранная информация о том, что клиенты от 18 до 21 года, а также судимые чаще всего не производят выплаты по кредитам. Зная это, Вы можете не сотрудничать с клиентами из этих [сегментов](#).



Статистика мошенничества

### 4. Управление рисками

Если в Вашем бизнесе есть риск, то с помощью прогнозного анализа прошлых негативных событий можно влиять на их предотвращение в будущем или же лучше страховать от них.

### Пример:

Вы занимаетесь страхованием здоровья, и у Вас есть статистика, что у людей из промышленных профессий риск травм выше, чем у менеджеров.



Соответственно, чтобы компенсировать риски от страхования людей с пром.предприятий, Вы запросите у них бОльшую страховую сумму и будете стараться диверсифицироваться путем страхования менеджеров.



Минимизация рисков

## 5. Маркетинговый и клиентский анализ

Если Вы собираете информацию о Ваших клиентах, их поведении, величине и частоте покупок, Вы сможете смоделировать будущее поведение клиентов.

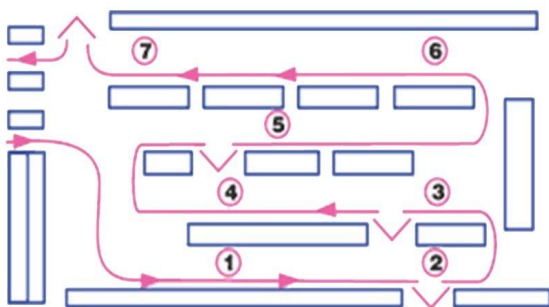
Зачем это нужно? Как минимум, для понимания людей, а в идеале для улучшения [клиентского сервиса](#) на каждом этапе взаимодействия клиента с Вашим бизнесом.

### Пример:

Вы владелец кинотеатра. Благодаря системам видеонаблюдения получили среднестатистический путь зрителя: он открывает дверь, отряхивает ноги, проходит к кассе, покупает билет, проходит в гардероб, посещает туалет и ждет открытия дверей в кинозал.

Уже только в этих местах Вы можете организовать дополнительные рекламные размещения.

Также можно сделать посещение кинотеатра удобнее: поставить самооткрывающиеся двери, положить дополнительный коврик при входе, организовать автоматическую систему покупки билетов, увеличить количество работников гардероба и т.д.



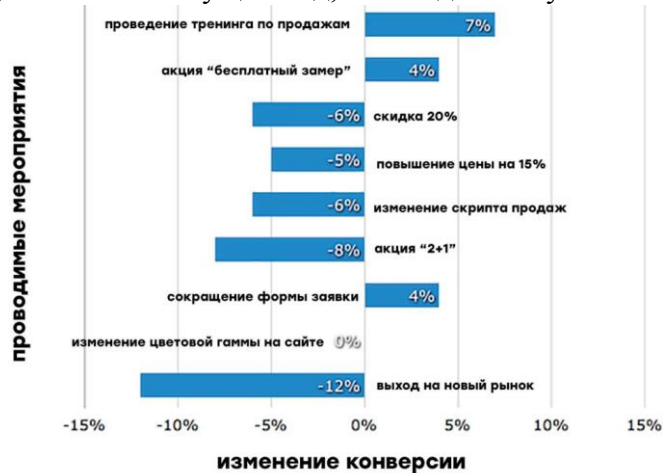
Путь клиента

## 6. Продажи

Благодаря аналитике в продажах, Вы сможете точно знать, какие показатели непосредственно влияют на выручку и прибыльность бизнеса, а какие косвенно.

### Пример:

Вы сможете посмотреть на статистику прошлого года по [конверсии](#) из заявок в продажи и оценить, что повлияло на неё положительно, а что отрицательно. После чего составите план действий на текущий год, чтобы достигнуть поставленных целей.



Анализ конверсии

## 7. Работа с персоналом

Ведение учета причин добровольных увольнений и фиксация их зависимости от срока работы поможет снизить текучку кадров, повысить лояльность Ваших сотрудников или хотя бы будете готовы к их уходу.

### Пример:

Вы заметили, что персонал, который проработал в компании 2 года на одной должности, увольняется по причине того, что им становится неинтересно. С этой информацией Вы сможете периодически устраивать ротацию в коллективе или хотя бы заблаговременно подготовить замену этому сотруднику.

АНАЛИЗ ПРИЧИН УВОЛЬНЕНИЙ



### Причины увольнений

#### 3 кита предиктивной аналитики

Аналитика в целом (и прогнозная в частности) предполагает работу с данными. Там где их нет - нечего анализировать, и нет почвы для выводов. Поэтому, когда Вы принимаете решение, не опираясь на информацию, Вы превращаетесь из предпринимателя в гадалку. Не надо так! А теперь к китам.



## Основные компоненты

### Кит 1. Сбор данных

Чтобы работать с информацией, её нужно собрать - все логично. Но какие собирать и как? На эти вопросы нет правильных ответов. Для каждого бизнеса необходимы данные и методы. Поэтому здесь работает правило: чем больше, тем лучше. Но все же перечислю основные:

1. **Количественные показатели.** Сколько клиентов привлекли, сколько сообщений написали, сколько продукта продали и т.д.;
2. **Экономические показатели.** Сколько денег заработали и потратили, какая маржинальность, прибыльность и т.д.;
3. **Внешние факторы.** Уровень конкуренции, [стратегии конкурентов](#), экономическая и политическая ситуация и т.д.;
4. **Внутренние факторы.** Загруженность персонала, уровень квалификации кадров, факторы влияющие на производство;
5. **Временные показатели.** Какое время затрачивается на одну сделку, как часто они повторяются;
6. **Конверсионные показатели.** Какой процент клиентов перешли из одного этапа воронки продаж в другой;
7. **Клиентский путь.** Откуда к Вам [пришел клиент](#), как о Вас узнал, какой путь преодолел, как себя вел и т.д.;
8. **Клиентские показатели.** Пол, возраст, профессия, семейное положение, уровень достатка, где живет, его потребности и т.д.

И далее, далее, далее...Продолжать можно бесконечно. В оффлайне это датчики движения и сбора информации, wi-fi мониторы, системы умного видеонаблюдения, кассовые аппараты и товароучетные системы.

Тем, кто в танке и все ведет в книгах учета, на листочках и тетрадях - не позавидуешь. В этом случае сбор данных ограничивается наблюдением, проведением опросов и подобными инструментами. И если Вы сейчас подумали "о, у меня так", то просыпайтесь скорей и вступайте в эру информационных технологий.

### Кит 2. Исследовательский анализ

Здесь начинается работа с данными. На этом этапе нужно из их совокупности найти ранее неизвестные, непонятные сведения. А также и полезные практические интерпретации собранных знаний, которые необходимы для принятия обоснованных решений.

Это понятие называют "data mining" - обнаружение знаний в данных. Основу их составляют различные методы классификации, моделирования, а также статистические методы. Об основных я расскажу чуть ниже.

Скажу сразу, для проведения эффективного анализа необходима достаточно крупная база сведений. Так в этом случае работает закон больших чисел - чем больше, тем более объективными будут выводы. Исследовательский анализ информации решает задачи:

1. **Классификация.** Присвоение одного элемента к группе других по определенным параметрам;
2. **Регрессия.** Выявление зависимости результатов от исходных данных;
3. **Кластеризация.** Объединение объектов в группы по различным параметрам;
4. **Ассоциация.** Определение закономерностей между событиями;
5. **Последовательная ассоциация.** Определение, через какое время после одного события случится другое;
6. **Анализ отклонений.** Определение некоторого количества исключений из правил.

### Кит 3. Предиктивное моделирование

То, ради чего и нужна система предсказательной аналитики - создание высокоточных прогнозов. После предыдущих этапов у Вас есть массив данных, нам нужны их интерпретации. То есть различные классы, кластеры, зависимости, ассоциации и отклонения от нормы. На этом этапе Вам необходимо:

1. **Поставить задачу перед аналитикой.** Прогноз того, что Вы хотите получить и на какой промежуток времени, или время до определенного события. Это может быть прогноз прибыли на год, спроса на рынке в августе, или сколько еще проработает Ваш станок;
2. **Выбрать математическую или статистическую модель.** Она и сделает этот прогноз. Если проще, то принять во внимание множество факторов, которые влияют на заданный прогноз, распределить их удельный вес в конечном результате и ввести исходные сведения.

#### *Основные типы и их методы*

В основе предиктивной аналитики лежат статистические методы. Также важно понимать, что её система тесно связана с [big data](#) и искусственным интеллектом, поэтому основана на машинном обучении. Теперь к делу.

Типов ПА всего существует не 2, но я расскажу именно об этих, потому что они точно помогут Вам в бизнесе.



#### Основные типы и методы

##### Тип 1. Контролируемое обучение

Или обучение с учителем, подразумевает под собой построение (обучение) модели по исходным данным и выходящим результатам. То есть в построении модели известны и параметры события, и результат, на который они влияют.

Например, если мы знаем, что на выручку влияет число покупок и средний чек, а нам необходимо узнать, каким образом влияет тот или иной параметр на её размер, то мы прибегнем к контролируемому обучению. Оно включает два ключевых метода предиктивной аналитики:

##### 1.1. Регрессия

Это самый популярный метод. Применяется для получения количественных ответов или числовой ценности. Например, для расчета выручки по конкретным параметрам. При регрессии используется:

- **Числовая переменная ответа.** То, что пытаются предсказать;
- **Предикторы.** Параметры, которые влияют на ответ.

Взаимосвязь между параметрами и результатом и есть предиктивная модель. Кстати, помимо взаимозависимости рассчитывается и вес каждого параметра - то, в какой степени каждый из параметров влияет на конечный результат.

#### Пример

Чтобы было понятнее, вернемся к той же выручке. У нас есть показатели выручки, среднего чека и количества клиентов за три месяца:

| Месяц | Количество клиентов | Средний чек | Выручка |
|-------|---------------------|-------------|---------|
| 1     | 10                  | 3 000       | 30 000  |
| 2     | 11                  | 3 000       | 33 000  |
| 3     | 10                  | 3 300       | 33 000  |

Из этих данных видно, что зависимость выручки от количества клиентов и среднего чека прямая пропорциональная.

*Выручка = Количество клиентов \* Средний чек.*

Зная эту формулу, Вы сможете прогнозировать выручку и влиять на нее, сосредотачивая усилия на росте предикторов. Ну или же понять, сколько Вам необходимо привлечь клиентов и при каком среднем чеке, чтобы получить желаемую выручку.

Это выглядит просто, когда Вы знаете зависимость. Но даже если в этом уравнении разложить, из чего складывается количество клиентов, и какой параметр в какой степени влияет на этот показатель, то получится большая и достаточно сложная цепочка.

### **1.2. Классификация**

Этот метод связан с причислением объекта к какому-либо классу по определенным параметрам. Его задача определить, к какому именно.

Работает это так: в базу данных загружаются все известные переменные объектов, например, по каждому человеку загружают пол, возраст, профессию и уровень дохода. Далее алгоритм вычисляет зависимость одного от другого и предсказывает неизвестный параметр объекта по известным. Обычно в бизнесе этот метод применяется для различных сегментаций.

#### Пример

Вы занимаетесь оптовой торговлей одежды, и размер скидок зависит от объема закупок товара. Первый способ определить уровень скидки новому клиенту - поработать с ним определенное время.

Если же Вы используете классификационный метод, то имея инфу о прошлых клиентах, например, о местоположении, об ассортименте, Вы можете рассчитать влияние параметров на объем закупок Вашей продукции.

Вывод: зная это, Вы сможете предугадать, какой объем закупок следует ожидать от нового клиента. Ну и не стоит забывать, что чем больше у Вас данных, тем более точными будут прогнозы.

*Кстати. Если Вам нужна детальная аналитика, то рекомендую сервисы: [Roistat](#) (по промокоду "INSCALE1120" + 7500 руб. на баланс сервиса для тестирования) или же [Callibri](#) (по промокоду "76С6IMERUQ" + 500 руб.).*

## 2. Неконтролируемое обучение

В этом типе предиктивное моделирование происходит только по входящим данным без привязки к ответу. Ответ подбирается автоматически в процессе обучения. Это требуется для поиска и анализа скрытых закономерностей внутри сведений о которых ранее было неизвестно. Основной метод - кластеризация.

### 2.1. Кластеризация

К этому методу прогностической аналитики относятся задачи:

1. Проектирование типологии и классификации;
2. Анализ эффективных схем группировки данных;
3. Рождение гипотез на основе исследований;
4. Проверка гипотез принадлежности одного объекта к проверяемой группе.

Для бизнеса она полезна тем, что на основе кластерного анализа можно более четко представлять взаимосвязи и зависимости. Помимо этого, он помогает выявлять отклонения и новые тенденции.

#### Пример

Возьмем тот же пример, что и в классификационном методе. Только если там нам и нашей модели уже известна зависимость объема закупок от параметров (местоположение, рекламные вложения и ассортимент), то в этом случае мы их не знаем.

Так вот, мы загружаем данные о наших клиентах и алгоритм определяет, есть ли взаимозависимость между ними, и если есть, то какая.

## Инструменты предиктивной аналитики

Есть много инструментов и программных продуктов. Они отличаются между собой функциональностью и удобством пользования. Некоторые из них нужны для создания предиктивных моделей, некоторые для их интерпретации, а самые продвинутые - для того и другого. При выборе инструмента обратите внимание на:

1. **Поддержка полного цикла аналитики.** От исследования данных до создания моделей и оценки их эффективности;
2. **Интеграция знаний.** Знания, полученные в процессе аналитики, должны интегрироваться в другие сферы бизнеса;
3. **Поддержка интеграции.** Она необходима с различными источниками получения и обработки данных;
4. **Удобство пользования.** Программа должна быть понятна для разных типов пользователей: от статистиков до менеджеров;
5. **Адаптивность к работе.** Работоспособность с минимальным вмешательством программистов и технических специалистов.

Так вот, в результате функционирования таких систем, управляющие специалисты могут своевременно формировать гипотезы и проверять их, принимать точные и обоснованные решения.

**Язык программирования R.** Фаворит рынка, это связано с тем, что в процессе обучения специалистов подобного профиля задействован именно этот язык программирования.

#### Преимущества:

1. Открытый исходный код;
2. Расширяемая аналитическая среда;
3. Возможность визуализации представления данных;
4. Большое сообщество пользователей;
5. Разрабатывался статистиками для статистиков.

#### Цена: Бесплатно.

**Язык программирования Python.** Набирает популярность. Основная идея: хороший язык программирования - простой и доступный.

#### Преимущества:

1. Простой и интуитивно-понятный;

2. Встроен инструмент для тестирования;
3. Многоцелевой язык.

Цена: Бесплатно.

**RapidMiner.** Среда для прогнозной аналитики, которая поддерживает все этапы анализа, проверки, визуализацию и оптимизацию данных.

Преимущества:

1. Не нужно знать программирование, метод визуального программирования;
2. Расширяемая система, поддержка языка R;
3. Возможность оценки тональности текста;
4. Сообщество пользователей и поддержка новичков.

Цена: Бесплатно.

**Knime.** Система для анализа данных, которая даже в базовом функционале имеет мощные инструменты.

Преимущества:

1. Широкие возможности анализа текста;
2. Возможность веб-анализа, анализа изображений и социальных сетей;
3. Интуитивно-понятный интерфейс без необходимости программирования.

Цена: Бесплатно.

**IBM SPSS Modeler.** Низкая требовательность к новичкам, благодаря автоматическому подбору необходимой статистической модели.

Преимущества:

1. Автоматическое моделирование и выбор наиболее эффективное модели;
2. Геопространственная аналитика;
3. Поддержка технологий с открытым исходным кодом (R, Python);
4. Аналитика текста.

Цена: От 80\$.

**IBM Watson Analytics.** Один из наиболее мощных инструментов для предиктивной аналитики и анализа больших данных.

Преимущества:

1. Возможность работы в облаке;
2. Расширенные возможности визуализации;
3. Интуитивно-понятный интерфейс без необходимости программирования;
4. Быстрота обработки данных.

Цена: От 250\$.

**SAS Enterprise Miner.** Система разработанная для проектирования точных предсказательных и описательных моделей на основе big-data.

Преимущества:

1. Клиент-серверное решение - позволяет оптимизировать процессы аналитики;
2. Нет необходимости в программировании;
3. Продвинутый скоринг - применение модели к новым данным;
4. Самодокументируемая проектная среда.

Цена: От 160\$.

**SAP BusinessObjects Predictive Analytics.** SAP в 2015 году был награжден статусом лидера рынка в предсказательной аналитики.

Преимущества:

1. Большая автоматизированность, легкость в переобучении модели;
2. Расширенные возможности визуализации;
3. Возможность расширения языком R.

Цена: От 200\$.

**Oracle Big Data Preparation.** Благодаря интуитивному и интерактивному интерфейсу привлекает пользователей без навыков программирования.

Преимущества:

1. Работа в облаке;
2. Простота использования;
3. Широкие возможности интеграции с другими облачными сервисами.

Цена: От 150\$.

### ***Коротко о главном***

Итак, предиктивная аналитика — это область знаний, позволяющая принимать взвешенные решения, готовиться к непредвиденным ситуациям и предусматривать всевозможные чрезвычайные происшествия.

Благодаря ПА Вы подготовитесь к непредвиденным ситуациям и повысите эффективность Вашего бизнеса в целом.

Но это не фундамент для бизнеса, а инструмент, повышающий эффективность предприятия. Поэтому большую пользу он принесет уже устоявшейся компании, у которой налажены основные бизнес-процессы и сбор данных.

ПА сложный и ресурсоемкий процесс, требующий высокой квалификации как в статистике, так и в работе с информацией.

*Источник:* <https://in-scale.ru/blog/prediktivnaya-analitika/?ysclid=lh2dh8te6i494714169>

### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Этапы интеллектуального анализа данных.
2. Методы интеллектуального анализа данных.
3. Что такое ИИ? Декатлон?
4. Роль гипотез в процессе познания.
5. Какие факторы используются для уточнения гипотез?
6. Основные понятия статистики и дескриптивный анализ
7. Шкалы измерений.
8. Генеральная совокупность и выборка.



**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. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных

Тема 1.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                     | Методы и средства обучения                        |
|-------|---|---|
| 1.    | Статистический подход к анализу данных. | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Точечное и интервальное оценивание..    | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3.    | Регрессионный, корреляционный анализ    | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>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. Нормальное распределение.
2. Уровень статистической достоверности.
3. Корреляция и регрессионный анализ.
4. Коэффициент корреляции.
5. Графическое представление.

## 6. Постановка задачи регрессионного анализа.

### 1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

#### 2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных

Тема 1.2. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению

#### 3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

#### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения                     |
|-------|---|--|
| 1.1.  | Терминология, история появления. Распределенная файловая система HDFS. Базовая идея модели. | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 1.2.  | Технические сложности работы с большими данными.  | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 1.3.  | Большие данные (big data) в информационных технологиях.                                     | 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. Пояснить термин "Линейная регрессия".
2. Привести примеры использования регрессионного анализа.
3. Классификация и кластеризация – суть и назначение.
4. Метрики.
5. Постановка задачи кластеризации.
6. Методы кластеризации на графах.
7. Отличие от задачи классификации.

#### ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

##### Форма практического задания: расчётно-практическое задание

Примеры РГЗ – к темам раздела 1.:РГЗ на анализ данных

Подобрать данные для таблицы, приведенной ниже и проанализировать их взаимное влияние, отобразить корреляцию:

а. Роста ВВП на прирост населения

- b. Прироста населения на динамику безработицы
- c. Прирост людей с высшим образованием на рост промышленного производства
- d. Прирост людей с высшим образованием на развитие науки
- e. Прирост людей с высшим образованием на динамику доходов на душу населения
- f. Динамику безработицы на динамику преступности
- g. С помощью регрессионного анализа найдите зависимые переменные и поясните влияние на них независимых переменных.
- h. С помощью функции `predict()` (см. лекции и `help()`) постройте прогноз по столбцу, соответствующему варианту.

### ***Методические материалы по выполнению практического задания***

Отчет по выполнению РГЗ должен содержать:

- 2. постановку задачи;
- 3. сформированный набор данных;
- 4. тексты скриптов на языке R;
- 5. результаты тестов на проверку гипотез о корреляции, оценка регрессии, вычисление корреляции в текстовом и графическом виде.
- 6. ясное и подробное пояснение каждого результата, словесную трактовку графиков;
- 7. выводы;
- 8. список использованной литературы.

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

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

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

#### ***Критерии оценки практического задания:***

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия,

имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

***Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):***

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – реферат.**

**Темы реферата (эссе):**

Большие данные как инструмент преобразований в туристической отрасли

Аналитика в туризме: большие данные для больших решений

Big data: как технологии помогают туристам с выбором отелей и снижают затраты в путешествии

Научно-аналитическое обоснование выбора организационно-управленческих инноваций с помощью аналитики больших данных

Развитие внутреннего туризма с помощью big data (например с позиции оператора связи)

«Большие данные» помогут лучше изучить туристов: суть, примеры

**Темы реферата (эссе):**

С помощью аналитики больших данных в туристической сфере возможно принятие каких стратегических решений? Алгоритм использования

Аналитика больших данных на туристическом рынке, переживающая бум из-за растущих требований и огромных возможностей, 2023-2029

Big Data: преимущества анализа информации в тревел-индустрии (минимум четыре)

***Методические рекомендации см. раздел 2***

## ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Аналитика в больших данных

Тема 2.1. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных. Научные проблемы в области больших данных

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                       | Методы и средства обучения                        |
|-------|---|---|
| 1     | Процесс анализа больших данных.           | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2     | Технологии анализа больших данных.        | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3     | Научные проблемы в области больших данных | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>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. Привести примеры использования алгоритмов кластеризации.
2. Парадигма Map Reduce. Описать принцип работы. Нарисовать схему. Перечислить слабые и сильные стороны. Обозначить области применимости. Привести примеры использования.
3. Визуализация. Дать определение визуализации. Показать важность визуализации в аналитике больших данных. Привести примеры и инструменты для визуализации.
4. Научные проблемы больших данных.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 2. Аналитика в больших данных

Тема 2.2. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы прогнозирования

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

#### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения                        |
|-------|---|---|
| 1     | Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2     | Методы прогнозирования.   | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>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. Показать значимость научных проблем, актуальность, связь с областями математики и инженерии.
2. OLAP и OLTP системы. Разница.
3. Репликация и шардинг.
4. Требования ACID. CAP-теорема, BASE архитектура
5. NoSql. Классификация NoSql хранилищ. Их особенности. Примеры распределенных хранилищ

#### **ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2**

##### **Форма практического задания: расчётно-практическое задание**

##### **Пример РПЗ к темам раздела 2: «Методы сбора открытых данных из сети интернет»**

Цель: получить навыки применения различных методов и инструментов для сбора открытых данных из сети интернет.

Порядок выполнения:

1. Сбор данных с использованием API  
Осуществить сбор данных с любого сайта, предоставляющего API-интерфейс.  
Проанализировать состав данных, которые могут быть получены с помощью данного API интерфейса.
2. Сбор данных без использования API

Осуществить сбор данных с любого сайта, непредоставляющего API-интерфейс, с помощью инструментов парсинга сайтов.

Проанализировать возможные варианты использования полученной информации

### ***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 условиями выполнения практического 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.

### ***Критерии оценки практического задания:***

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

### ***Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):***

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:**

**Форма рубежного контроля – презентация и защита реферата (эссе).**

### **Темы рефератов:**

Темы реферата (эссе):

Туристический барометр: как данные помогут развивать туризм

Может ли big data привлечь деньги в регион и как заставить данные работать

Методы аналитики больших данных - Методы, используемые в индустрии гостеприимства

Темы реферата (эссе):

Машинное обучение какие задачи решает в индустрии туризма: бизнес, потребитель, государство

Туризм и Big Data : зачем городу аналитика больших данных

«Цифровая модель региона»: инновация по средствам Big Data

Темы реферата (эссе):

data scientist-ы: содержание категории, примеры в индустрии туризма (минимум 10, описание, характеристика)

Применение маркетинга больших данных в индустрии туризма

Как Big Data помогает победить пробки и развивать туризм в регионах

*Методические рекомендации см. раздел 2*



УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных

Тема 1.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика

Иллюстрации:

Классификация статистических данных по различным критериям

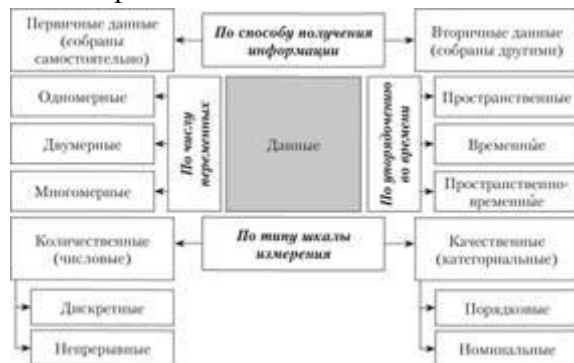


Рис. 1.1. Классификация статистических данных по различным критериям

Источник:

[https://studme.org/93299/statistika/predvaritelnyy\\_analiz\\_dannyh\\_opisatel'naya\\_statistika?ysclid=lh2cvh0bj9302991801](https://studme.org/93299/statistika/predvaritelnyy_analiz_dannyh_opisatel'naya_statistika?ysclid=lh2cvh0bj9302991801)

Тема 1.2. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению

Иллюстрации:

Разница подходов

| Традиционная аналитика   | Big data аналитика  |
|--|---|
| Постепенный анализ небольших пакетов данных                            | Обработка сразу всего массива доступных данных                            |
| Редакция и сортировка данных перед обработкой                          | Данные обрабатываются в их исходном виде                                  |
| Старт с гипотезы и ее тестирования относительно данных                 | Поиск корреляций по всем данным до получения искомой информации           |
| Данные собираются, обрабатываются, хранятся и лишь затем анализируются | Анализ и обработка больших данных в реальном времени, по мере поступления |

Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>

| Функция   | Задача   |
|---|--|
| Big Data — собственно массивы необработанных данных   | Хранение и управление большими объемами постоянно обновляющейся информации                                       |
| Data mining — процесс обработки и структуризации данных, этап аналитики для выявления закономерностей | Структурирование разнообразных сведений, поиск скрытых и неочевидных связей для приведения к единому знаменателю |
| Machine learning — процесс машинного обучения на основе обнаруженных связей в процессе анализа        | Аналитика и прогнозирование на основе обработанной и структурированной информации                                |

Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>

| Драйверы   | Ограничители   |
|--|--|
| Высокий спрос на Big Data для повышения конкурентоспособности с помощью возможностей технологий  | Необходимость обеспечивать безопасность и конфиденциальность данных                                      |
| Развитие методов обработки медиафайлов на мировом уровне   | Нехватка квалифицированных кадров  |
| Реализация отраслевого плана по импортозамещению программного обеспечения  | В большинстве российских компаний объем накопленных информационных ресурсов не достигает уровня Big Data |
| Тренд на использование услуг российских провайдеров и системных интеграторов   | Новые технологии сложно внедрять в устоявшиеся информационные системы компаний                           |
| Создание технопарков, которые способствуют развитию информационных технологий  | Высокая стоимость технологий   |
| Государственная программа по внедрению грид-систем — виртуальных суперкомпьютеров, которые распространяются по кластерам и связываются сетью | Заморозка инвестиционных проектов в России и отток зарубежного капитала                                  |
| Перенос на территорию России серверов, которые обрабатывают персональную информацию  | Рост цен на импортную продукцию  |

Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>

## Раздел 2. Аналитика в больших данных

### Тема 2.1. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных.

#### Научные проблемы в области больших данных

Иллюстрации:

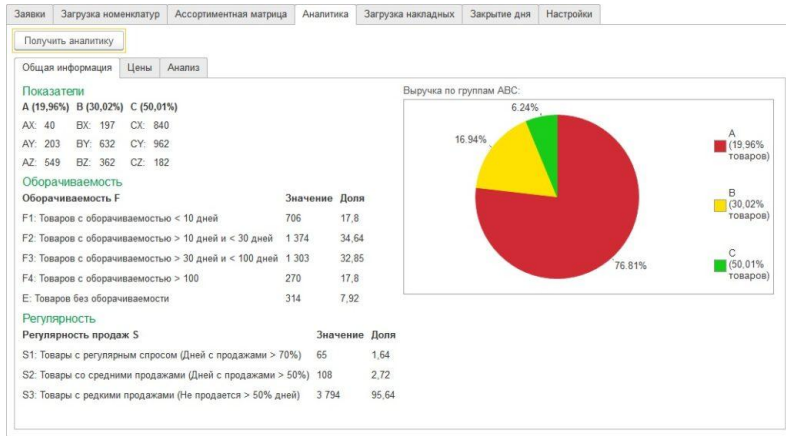
Нет иллюстраций

### Тема 2.2. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы прогнозирования

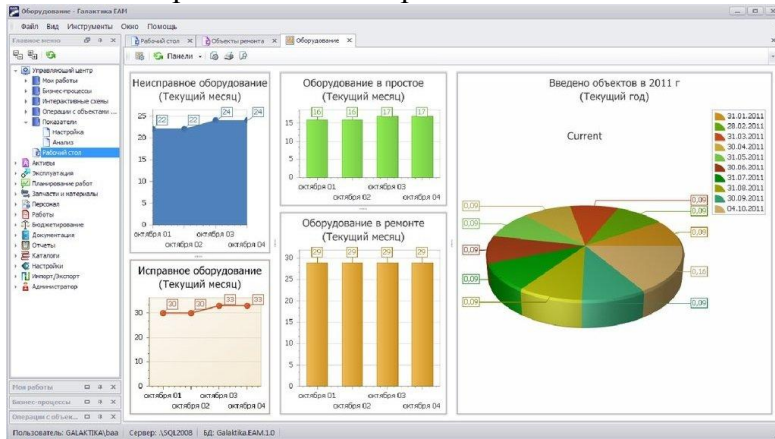
Иллюстрации:



Предсказательная аналитика в разных сферах бизнеса  
[Cross sell и Up sell: техники + 12 примеров фраз](#)



## Анализ ассортимента и его прогноз



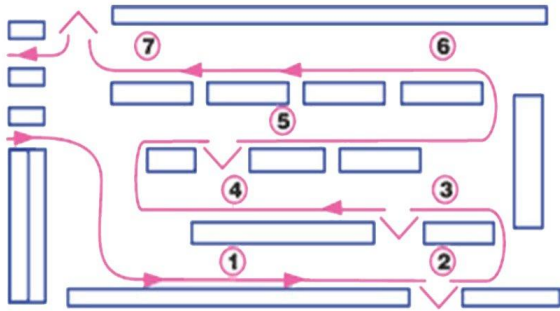
## Статистика работы оборудования



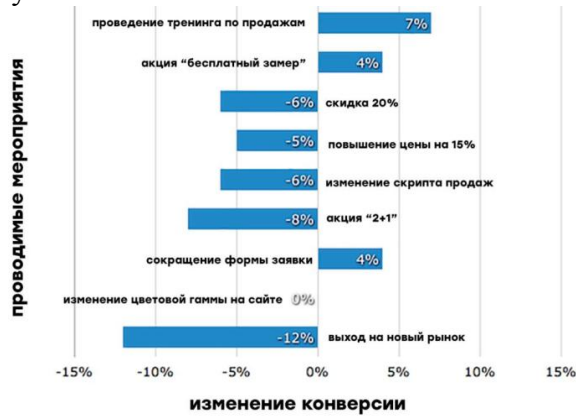
## Статистика мошенничества



## Минимизация рисков

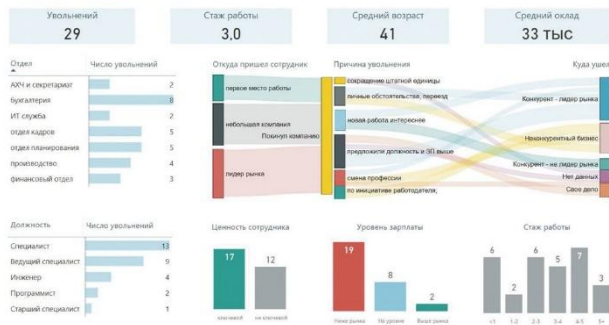


## Путь клиента



## Анализ конверсии

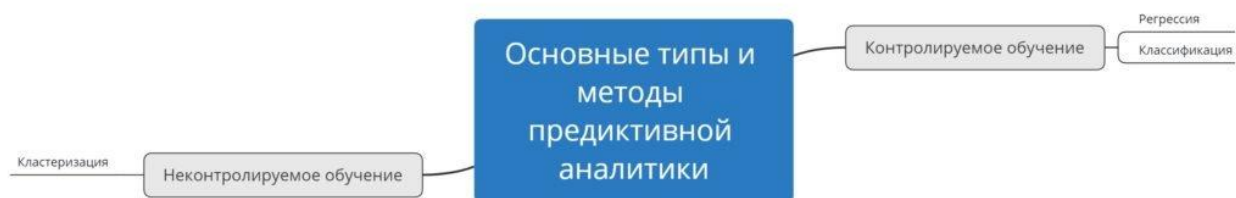
### АНАЛИЗ ПРИЧИН УВОЛЬНЕНИЙ



## Причины увольнений



## Основные компоненты



## Основные типы и методы

## 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)**

**РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ  
ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**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) «Рекреационный туризм и сервис для лиц с ограниченными возможностями здоровья» 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).....   | 9  |
| 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 |
| Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю) .....   | 26 |
| КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....  | 26 |
| Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....                              | 54 |
| КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 54 |
| Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....  | 67 |
| УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....  | 67 |
| ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....   | 71 |

# 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   |
|--|---|
| <b>РАЗДЕЛ 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме</b>                     |   |
| <b>Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг</b>              | Виды нарушений функций организма, приводящие к инвалидности, и вызываемые ими ограничения способности осуществлять социально-бытовую деятельность. Понятие «инвалидность», категории, классификации по нозологии. Эволюция отношения государства и общества к лицам с ОВЗ. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Этика общения с инвалидами. Действия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению. Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях. . |
| <b>Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями</b> | анализ развития инклюзивного туризма в стране. виды инклюзивного туризма и возможности доступности туризма для инвалидов, значимость туризма для людей с ограниченными  |

|   |   |
|---|---|
|   | физическими возможностями, государственная политика в области инклюзивного туризма и планирование развития этого сектора на государственном и региональном уровнях.   |
| <b>РАЗДЕЛ 2. Социальный туризм</b>  |   |
| <b>Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан</b> | социальный туризм; источники финансирования; государственная поддержка; ресурсы и ограничения; цели и средства; социальное предпринимательство  |
| <b>Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями</b>                                    | специфика отличие санкур и СКЛ, санаторно-курортное лечение для льготных категорий граждан, санаторно-курортное лечение для пострадавших на производстве, обеспечение санаторно-курортным лечением отдельных категорий граждан, принцип предоставления, Порядок действий, инфраструктурные и географические аспектов специализации и специализированных санкур. |

### *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. Клиенты с особыми потребностями в туризме**

##### **Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Инклюзивный туризм за рубежом и в России.
2. Организация туруслуг для лиц с нарушениями слуха
3. Организация туруслуг для лиц с нарушениями зрения.
4. Потребности туристов с ДЦП.
5. Организация туруслуг для лиц с нарушениями речи.
6. Оказание услуг лицам с задержкой психического развития, лица с умственной отсталостью, лицам со сложными нарушениями развития, лицам с ранним детским аутизмом, лицам с синдромом дефицита внимания и гиперактивностью.

##### **Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Социальная адаптация клиентов с особыми потребностями средствами туризма
2. Содержание здоровьесберегающих технологий.
3. Основные понятия адаптации и реабилитации как технологий здоровьесбережения.
4. Рекреационные услуги для лиц с особыми потребностями
5. Природа как основа туристско-рекреационных услуг с ОВЗ.
6. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов.

#### **Раздел 2. Социальный туризм**

**Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан.**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Как осуществляется регулирование социального туризма?
2. Какие категории граждан пользуются услугами социального туризма?
3. Кто такой сопровождающий?

**Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Какие санаторно-курортные услуги вам известны?
2. Инновационные технологии, оборудование для организации путешествий для лиц с ОВЗ.
3. Подготовка специалистов для работы в туризме и гостеприимстве в сегменте лиц с особыми потребностями

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

#### **Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме**

##### **Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг**

###### **Иллюстрации:**

## Нозологическая классификация

1. Болезнь лучевая.
2. Заболевания **глаз**.
3. Заболевания **инфекционные**.
4. Заболевания **кожи**.
5. Заболевания **молочных желез**.
6. Заболевания **нервной системы**.
7. Заболевания **опорно-двигательного аппарата и соединительной ткани**.
8. Заболевания **органов ЖКТ и гепатобилиарной зоны**.
9. Заболевания **органов кроветворения**.
10. Заболевания **органов респираторной системы**.
11. Заболевания **органов слуха**.
12. Заболевания **полости рта**.

Источник: <https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg>



Источник: <https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/4/4B9XiLJZV8M5aRojP6fdEYHGIVEkwQg7lAzCpx/slide-3.jpg>

## Особые условия для лиц в ОВЗ

### Для глухих и слабослышащих

- звукоусиливающая аппаратура;
- наличие ассистента-сурдопереводчика

### Для слепых

- ЭМ и письменная экзаменационная работа оформляются шрифтом Брайля;
- возможность выполнения экзаменационной работы на ПК;
- возможность сдать ГВЭ в устной форме

### Для слабовидящих

- ЭМ копируются в увеличенном размере;
- наличие увеличительного устройства в аудитории;
- индивидуальное освещение не менее 300 люкс

### Для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата

- возможность выполнения экзаменационной работы на ПК;
- возможность сдать ГВЭ в устной форме

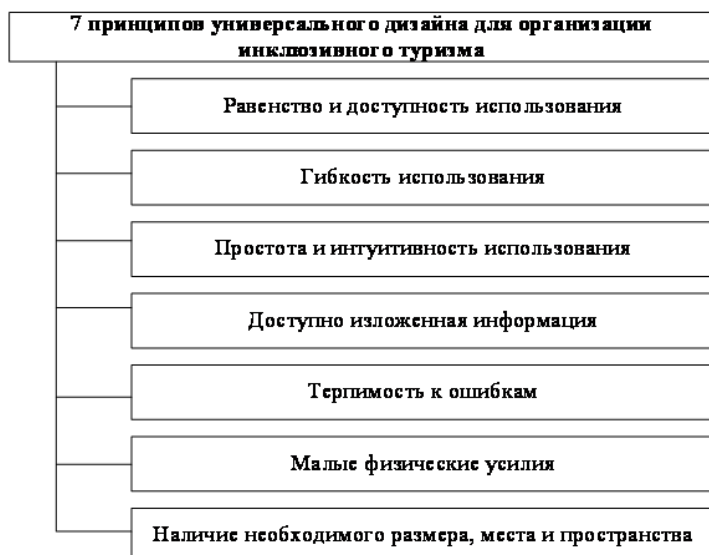
Источник: <https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg>





**Рис. Запрещающий знак для передвижения инвалидов на коляске.** *Источник:* [https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient\\_osobymi\\_potrebnostyami\\_turistskih\\_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455](https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient_osobymi_potrebnostyami_turistskih_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455)

## **Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями** **Иллюстрации:**



**Рис.1. Принципы универсального дизайна в инклюзивном туризме** *Источник:* <https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120>

### **Сводная таблица качества жизни для людей с ограниченными возможностями здоровья за рубежом [13]**

| Наименование страны | Доля лиц с ОВЗ | Характеристика   |
|---------------------|----------------|--|
| Финляндия           | 32,2 % [21]    | 1. Оборудование элементами доступной среды более 70% зданий и сооружений;<br>2. Обслуживание, реконструкция жилья для лиц с ОВЗ, переселение в дома, предназначенные для маломобильных групп;<br>3. Определение на законодательном уровне о необходимости проектирования зданий с элементами доступной среды;<br>4. Оснащение беспрепятственным доступом к социально-культурным объектам показа;<br>5. Организация движения, перевозка лиц с ОВЗ, бесплатный общественный транспорт. |
| Германия            | 23 % [10]      | 1. Адаптация 70% транспортной сети для инвалидов-  |

|                |             |   |
|----------------|-------------|---|
|                |             | колясочников;<br>2. Оборудование жилых домов элементами доступности (планировка, лифты, коридоры);<br>3. Оборудование элементами доступности мест досуга и отдыха;<br>4. Адаптированы туристические маршруты, пляжи для передвижения на колясках. |
| Великобритания | 27,2 % [21] | 1. Проектирование и строительство частных жилых домов с учетом требований доступности для лиц с ОВЗ с 2000г.<br>2. Запрещено отказывать в обслуживании лицам с ОВЗ.   |
| Израиль        | 9 % [11]    | 1. Определение на законодательном уровне с 2005г. о необходимости оборудования учреждений и мест общественного пользования специальными приспособлениями и элементами доступной среды.  |

Источник: <https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120>

### Меры поддержки граждан с ограниченными возможностями [13]

| Наименование страны | Субсидии   | Дотации   |
|---------------------|--|---|
| Франция             | Субсидирование 6% рабочих мест на предприятиях, содействие самозанятости, предоставление социальное жилье в арендной форме.  | Улучшение жилищных условий, модернизация рабочих мест, техническое обслуживание, заработная плата |
| Финляндия           | Профессиональная реабилитация, переподготовка кадров, содействие занятости и профессиональному развитию для лиц с ОВЗ, жилье распространяются на постоянное арендное или собственное жилье, а также жилье с правом проживания. | Оплата жилья, оказание социальной помощи для лиц с ОВЗ.   |
| Германия            | Федеральная программа занятости предусматривает квоты как лиц с ОВЗ, так и субсидии работодателям их трудоустройства.  | Религиозные общины и церкви, содержащие дома для лиц с ОВЗ  |
| Израиль             | Пребывание в специальных центрах от социальных служб.  | Приобретение жилья, транспортных средств, среднее специальное образование                         |
| Великобритания      | Оплата ЖКХ, квотирование и резервирование рабочих мест для лиц с ОВЗ, компенсация налогов, уплаченных работодателем за маломобильных лиц.  | Оборудование, приобретение транспортного средства.  |

Источник: <https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120>

## Раздел 2. Социальный туризм

**Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан.**

**Иллюстрации:**



## Санаторно-курортное лечение и отдых

Это медицинская помощь, осуществляемая в профилактических, лечебных и реабилитационных целях на основе использования природных лечебных факторов в условиях пребывания на курорте, в лечебно-оздоровительной местности, в санаторно-курортных организациях.

**Цель:** сохранение и укрепление здоровья населения



Государство рассматривает санаторно-курортное дело как важнейшее звено в системе социальных мер по укреплению здоровья населения



19

<https://class-tour.com/wp-content/uploads/e/c/0/ec0503bf1005d98585af0782a27210d7.jpeg>

## Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

### Иллюстрации:

В СООТВЕТСТВИИ С ФЕДЕРАЛЬНЫМ ЗАКОНОМ ОТ 17.07.1999 №178-ФЗ «О ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ» ПРАВО НА ПОЛУЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ В ВИДЕ НАБОРА СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ ИМЕЮТ СЛЕДУЮЩИЕ КАТЕГОРИИ ГРАЖДАН:

- 01 Инвалиды, в том числе, дети-инвалиды
- 02 Инвалиды войны, участники Великой Отечественной войны, ветераны боевых действий и члены семей погибших (умерших) инвалидов войны, участников Великой Отечественной войны и ветеранов боевых действий
- 03 Военнослужащие, проходившие военную службу в воинских частях, учреждениях, военно-учебных заведениях, не входивших в состав действующей армии, в период с 22 июня 1941 года по 3 сентября 1945 года не менее шести месяцев, военнослужащие, награжденные орденами или медалями СССР за службу в указанный период
- 04 Лица, награжденные знаком «Жителю блокадного Ленинграда»
- 05 Лица, работавшие в период великой отечественной войны на объектах противовоздушной обороны, местной противовоздушной обороны, на строительстве оборонительных сооружений, военно-морских баз, аэродромов и других военных объектов в пределах тыловых границ действующих фронтов, операционных зон действующих флотов, на прифронтовых участках железных и автомобильных дорог, а также члены экипажей судов транспортного флота, интернированных в начале Великой Отечественной войны в портах других государств
- 06 Бывшие несовершеннолетние узники концлагерей, гетто и других мест принудительного содержания, созданных фашистами и их союзниками в период Второй мировой войны
- 07 Граждане, подвергшиеся воздействию радиации вследствие радиационных аварий и ядерных испытаний

### НАБОР СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ



### НАБОР СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ ГАРАНТИРУЕТ



<https://gp6tmn.ru/article/pamyatki--rekomendatsii>

Источник: <https://gp6tmn.ru/userfiles/images/pam565.jpg>

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Рекреационный туризм и сервис для лиц с ограниченными возможностями здоровья» предполагает изучение материалов

дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, 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 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 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 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 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:

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

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 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:

| <b>Рубежный рейтинг</b>  | <b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>  |
|--------------------------|---|
| 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. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С  
ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**2. Тема лекционного занятия.**

**Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме**

**Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг**

**3. Цели занятия.**

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

**4. Структура лекционного занятия.**

| № п/п | Содержание (кратко)                     | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1.    | Инвалидность по нозологиям              | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 2.    | Особенности обслуживания туристов с ОВЗ | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

**5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.**

**Введение.**

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг

**Текст лекции.**

Нозологические группы инвалидности

Инвалидность, если исходить из разнообразия нарушений физического или психического здоровья, понятие довольно объемное. Описать особенности людей с ограниченными



возможностями, не используя специальной классификации, весьма сложно. Поэтому для организации помощи, адаптации и реабилитации (медицинской и социальной) принято разделять таких пациентов на определенные категории, называемые нозологические группы инвалидов (НГИ).

Понятие нозологической группы инвалидности

НГИ подразумевает под собой классификацию, согласно которой люди с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) подразделяются на категории, характеризующие их отклонение. Понятие состоит из двух слов, то есть это производное от «нозология» или наука о болезнях (в переводе с древнегреческого νόσος «болезнь» + λόγος «учение, слово») и инвалид (от латинского in – «не» + validus – «сильный»).

Под термином инвалидность подразумевается состояние человека, характеризующееся физическими, психическими, интеллектуальными или сенсорными отклонениями, ведущими к нарушению либо ограничению его жизнедеятельности. Нозология, в свою очередь, полностью описывает заболевание – его отличие от здоровья, причины и механизмы возникновения, особенности типичных проявлений и поражения органов, а также выздоровления и смерти.

Из всего вышеописанного следует, что нозологическая группа инвалидов – это совокупность людей, имеющих схожие признаки патологии или родственные заболевания. Кроме того, при работе с такими пациентами обязательно следует учитывать и классификацию инвалидности по тяжести проявлений, что является важным при разработке терапевтических и социально-адаптивных мероприятий для них.

В медицинской практике людей с ОВЗ принято разделять на 2 основные группы и 3, отличающиеся по степени выраженности присутствующей симптоматики. Так, к первым двум относятся врожденная инвалидность, причиной которой стало аномальное развитие плода в утробе матери либо родовая травма, и приобретенная – возникшая после рождения на фоне повреждения или заболевания.

ВТЭК или врачебно-трудовая экспертная комиссия у взрослых выделяет 3 следующие группы:

1-я – устанавливается больным, абсолютно утратившим трудоспособность, и нуждающимся в постоянном уходе;

2-я – присваивается пациентам с менее тяжелым состоянием, способных себя обслуживать, но не имеющих возможности осуществлять трудовую деятельность в стандартных производственных условиях;

3-я – устанавливается людям, которые в состоянии работать в обычных производственных условиях в их облегченном варианте.

Ограничения функциональности инвалидов принято разделять по категориям, связанным с отклонениями деятельности той или иной системы. К ним относятся нарушения:

двигательной (статодинамической) функции;

сенсорной – зрения, обоняния, слуха, осязания;

психической – мышления, восприятия, памяти, внимания, речи, воли и эмоций;

кровообращения, дыхания, выделения, обменных процессов, пищеварения и внутренней секреции.

Важно! Все особенности и разграничения инвалидности следует учитывать как для взрослых при трудовой или адаптивной деятельности, так и для детей при обучении или социализации, чтобы не привести в будущем к усугублению состояния.

Данное разделение инвалидов на различные группы является одним из самых емких и потому обширных. Благодаря ему, врач, увидев такую пометку в любом бланке, может получить приблизительную картину состояния пациента на текущий момент.

### Нарушение зрения

Эта патология относится к сенсорным отклонениям, и является одной из основных разновидностей заболеваний, способных стать причиной получения группы инвалидности. По степени нарушения зрения выделяют несколько категорий пациентов:

Слепые – больные с абсолютной потерей зрительных ощущений либо люди со светоощущением, то есть они неспособны видеть очертания объектов, а имеют возможность различать лишь присутствие света. Такая группа пациентов, в свою очередь, классифицируется на две степени: 1 – полная утрата зрительной функции и 2 – практическая слепота со светоощущением, и способностью видеть силуэты объектов.

Слабовидящие – инвалиды, которым качество зрения дает возможность различать объекты, но при этом нечетко видеть их контуры.

Инвалидная трость

Потеря зрения оказывает негативное влияние на большинство функций организма

Снижение качества зрения, в большинстве случаев сопровождается нарушением формирования пространственных образов, осуществления саморегуляции и самоконтроля, а также ухудшением точности движений тела и его координации. Кроме этого, отмечается изменение осанки, появление плоскостопия, и нередко слабость дыхательных мышц.

Сопутствующими патологиями при нарушении зрения, как правило, являются неврозы, болезни органов сердечно-сосудистой и дыхательной системы, и расстройства метаболических процессов. И также может наблюдаться снижение слуха, общее недоразвитие речевой функции, быстрая утомляемость, ДЦП (детский церебральный паралич) и иногда ММД (минимальная мозговая дисфункция).

Факт! И. М. Сеченов утверждал, что двигательная согласованность рук и глаз человека формируется в детстве. «Рука выполняет функцию хватательного орудия, и при отсутствии зрительного руководства таким орудием служить не может».

Патологии слуха

Инвалидность по слуху Инвалидность при тугоухости

Инвалиды со снижением качества слуха бывают: глухие (полная утрата слуховой функции) и слабослышащие. Глухие лишены речи – это пациенты с врожденным отсутствием данного сенсора либо утратившие его в раннем детстве.

К глухим, но при этом имеющим речь в определенной степени, относятся пациенты, потерявшие слух в более позднем возрасте. Вследствие врожденной утраты слухового сенсора довольно часто развиваются патологические изменения функционирования вестибулярного аппарата, пространственной ориентации, ухудшается осанка. Кроме этого, формируется глухонмота и задержка в развитии способности к прямостоянию.

На фоне подобных нарушений, как вторичные патологии отмечаются психические отклонения – отставание функции мышления, проблемы с общением, скудность эмоций и плохая память. Слабослышащие, или люди с частичной утратой слуховой возможности, но при этом сохранившие речь, не испытывают трудностей, связанных со снижением умственных способностей.

Нарушение интеллекта

В основе признаков данной группы лежит недоразвитие различных аспектов психической функции: познавательных процессов, потребностно-мотивационной, эмоционально-волевой сферы и т. д. Ведущая роль в отклонениях психики отводится задержке развития познавательной способности, типичной характеристикой которой считается умственная отсталость.

Интеллектуальная отсталость – это неполноценное формирование психических процессов либо их задержка, что в основном проявляется снижением способностей, характерных для определенного периода созревания. К ним относятся социальные, когнитивные, речевые и моторные способности, которые в результате составляют базовый фундамент личности, и дают возможность для дальнейшего развития.

У человека с патологическими отклонениями умственного развития практически всегда наблюдается расстройство познавательной активности. Снижается скорость и интенсивность нервных процессов, качество высших психических функций, а также нарушается аналитико-

синтетическая деятельность. На фоне данных отклонений нередко формируется дисплазия (патологическое изменение клеток).

Начинаются проблемы с костной тканью, осанкой, развивается деформация скелета, стоп, что, в общем, характеризуется как физическая дисгармоничность сопровождающаяся нарушением координации движений. Кроме этого, у таких пациентов отмечаются прочие сенсорные аномалии, заболевания внутренних органов, врожденные пороки сердца и эндокринные патологии.

У детей с умеренной формой умственной отсталости в 90–100% наблюдается моторная недостаточность, страдает темп, точность и согласованность движений. Они неуклюжи, медлительны, и имеют недостаточно сформированные механизмы бросков, бега и прыжков.

Причины нарушения звукопроизношения

Изменения со стороны опорно-двигательного аппарата (ОДА)

Заболевания ОДА, способных привести к получению группы инвалидности, подразделяют на три вида:

Патологии нервной системы – полиомиелит, ДЦП.

Врожденные аномалии – вывих бедра, кривошея, артрогрипоз (врожденное уродство). Деформации и дефекты верхних и нижних конечностей – косолапость, аномалии развития пальцев стопы и кисти.

Приобретенные болезни и повреждения – патологические изменения в результате травмы головного или спинного мозга, рук, ног, патологии конечностей, полиартрит, системные болезни скелета.

У пациентов с группой инвалидности по нарушению функционирования ОДА ведущим является дефект данной системы – недоразвитие, патология либо потеря тех или иных двигательных способностей. При заболеваниях ОДА церебрального происхождения, происходит снижение опороспособности, нарушение равновесия, координации, ориентировки в пространстве, вертикальной позы, макро- и микромоторики.

Зачастую диагностируется остеохондроз, остеопороз, контрактуры, мышечная гипотрофия и дисгармоничность физического развития. Кроме этого, присоединяются заболевания дыхательной и сердечно-сосудистой системы, а также патологии внутренних органов. Нередко отмечается снижение качества зрения, слуха и интеллекта, что в результате ведет к низкой работоспособности.

При патологиях ОДА спинального происхождения диагностируется частичная либо абсолютная потеря чувствительности, движений, расстройство функционирования органов таза. Развиваются вегетативные дисфункции, образуются пролежни. Достаточно часто возникает остеопороз.

При поражении верхнего отдела (шейного) наблюдаются дыхательные и ортостатические нарушения. Развитие вялого паралича сопровождается мышечной атрофией, спастического – снижением подвижности суставов, появлением контрактур, повышением мышечного тонуса.

При патологиях ОДА в результате врожденных пороков либо ампутации утрачивается нормальная опороспособность и ходьба (при потере ног), осанка, координация движений, а также способность поддержания вертикальной позы. Зачастую при таких изменениях отмечается уменьшение сосудистого русла и массы тела.

В целом данные патологии сопровождаются дегенеративными изменениями костной и нервно-мышечной ткани, расстройством регуляторных механизмов, контрактур. Возникают дисфункции дыхания, кровообращения, пищеварения обменных процессов, в результате чего снижается работоспособность. Кроме всего вышеперечисленного, нередко присутствуют фантомные боли, доставляющие значительный дискомфорт пациентам.

Одним из видов поражения ОДА, ведущих к инвалидности являются насильственные движения или произвольные двигательные реакции (к примеру, тремор верхних конечностей). Они создают большие помехи для выполнения произвольных движений, и затрудняют овладение многими навыками двигательного аппарата.

Инвалид на работе

Читайте также:

Степени ограничения при инвалидности 3 группы

Нарушение речи

Речь – одна из самых важных социальных функций человека, осуществление которой обусловлено слаженной деятельностью головного мозга и множеством периферических нервов лица. В ее обеспечении, а также осуществлении чтения и письма, задействованы четыре анализатора: зрительный, слуховой, кинестетический и двигательный.

Для этого сложного процесса очень важна сохранность работоспособности всех участвующих мышц (гортани, челюстей, языка, неба), а также состояние рта, глотки и придаточных пазух носа, так называемых резонаторных полостей. Не менее значимым является координация дыхания и возможность качественного произношения.

Речевые механизмы являются сложной и многоуровневой организацией, и изменение на любом участке данной цепи может привести к утрате либо снижению качества функции.

Факторы, обуславливающие речевые аномалии, могут быть следующими:

наследственная предрасположенность;

генетические изменения;

внутриутробная патология;

неблагоприятное родоразрешение;

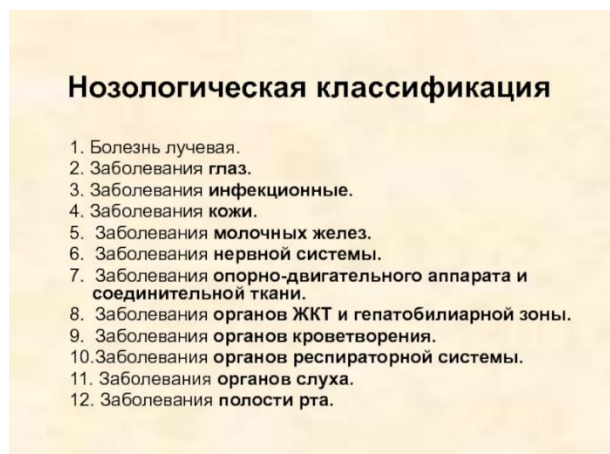
заболевания первых лет жизни.

Речь может нарушаться как устная, так и письменная, причем сопровождаться подобными изменениями могут патологиями зрения, слуха, интеллекта или ОДА. В зависимости от присутствующих сочетаний нередко возникают характерные виды общего недоразвития индивида. Присутствие различных форм речевых нарушений дает возможность сделать вывод об умственной отсталости человека.

Разнообразие и сочетание патологий, ведущих к инвалидности, к сожалению, очень велико, но благодаря данной классификации специалистам ВТЭК и другим врачам гораздо проще выделять основное заболевание у того или иного пациента. Это позволяет найти более быстрый и доступный способ организации медицинской помощи таким больным, а также их реабилитации и адаптации к повседневной

Источники: <https://invalidu.c>  
[invalidnosti?ysclid=lh2htzoof2315235330](https://invalidu.c/invalidnosti?ysclid=lh2htzoof2315235330)

[om/raznoe/nozologicheskie-gruppy-](https://invalidu.c/invalidnosti?ysclid=lh2htzoof2315235330)



Источники: <https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg>



Источник: <https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/4/4B9XiLJZV8M5aRojP6fdEYHGIVEkwQg7lAzCpx/slide-3.jpg>

**Особые условия для лиц в ОВЗ**

|   |  |
|---|--|
| <b>Для глухих и слабослышащих</b>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• звукоусиливающая аппаратура;</li> <li>• наличие ассистента-сурдопереводчика</li> </ul>  |
| <b>Для слепых</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ЭМ и письменная экзаменационная работа оформляются шрифтом Брайля;</li> <li>• возможность выполнения экзаменационной работы на ПК;</li> <li>• возможность сдать ГВЭ в устной форме</li> </ul> |
| <b>Для слабовидящих</b>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ЭМ копируются в увеличенном размере;</li> <li>• наличие увеличительного устройства в аудитории;</li> <li>• индивидуальное освещение не менее 300 люкс</li> </ul>                              |
| <b>Для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• возможность выполнения экзаменационной работы на ПК;</li> <li>• возможность сдать ГВЭ в устной форме</li> </ul>   |

Источник: <https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg>

## Клиент с особыми потребностями в туристских услугах

«Иногда совесть не велит нам делать то, что разрешает закон».

Сенека,

римский философ-стоик

Цель параграфа — изучить потребности отдельных групп потребителей туристских услуг, влияющих на характер социального взаимодействия в туристском обслуживании.

Задачи параграфа:

- 1) изучить клиентов имеющих особые потребности в туристских услугах в связи с психосоматическими и физическими нарушениями;
- 2) рассмотреть ключевые потребности разных групп потребителей туристских услуг, включая инвалидов;
- 3) определить понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах»;
- 4) обеспечить контроль достигнутых результатов при помощи вопросов проверочного характера;
- 5) определить возможность расширения и углубления знаний по изучаемой тематике.

### Дефиниции и примеры из практики туризма и гостеприимства

При изучении потребностей отдельных групп потребителей туристских услуг, могут возникать проблемы взаимодействия с лицами имеющими ограничением жизнедеятельности (инвалидами) и в ряде случаев создаются условия, при которых туристская услуга остается недостижимой.

Нарушения психосоматических функций, таких как психические, сенсорные, статодинамической функции, функции кровообращения, дыхания, пищеварения, выделения, обмена веществ и энергии, внутренней секреции приводят к ограничению жизнедеятельности,

неспособности индивидуумом потреблять отдельные виды услуг, выполнять социальные функции, которые ему предписаны его социальным статусом.

Устранить препятствия, связанные с психосоматическими проблемами, или адаптировать к ним туриста можно путем создания условий обеспечивающих адекватное функционирование его органов и систем. Для обеспечения процесса потребления туристских услуг следует своевременно предусмотреть возможность проявления психосоматических нарушений, определить специфику предполагаемой услуги и обеспечить соответствующими условиями туристскую дестинацию, включая наличие специально подготовленных работников сферы обслуживания. Психосоматические ограничения могут быть во многом нивелированы, если в туристский продукт будет включено медико-психологическое обеспечение туристской услуги для своевременной коррекции психофизиологического статуса туриста.

Туризм как современный социальный институт не может игнорировать проблему инвалидности и не решать вопросы, связанные с предоставлением туристских услуг многочисленной категории населения. В условиях возрастания числа инвалидов разработка стратегии развития туристской отрасли, направленной на обеспечение действительного равенства возможностей предоставления населению услуг маломобильным группам населения, становится одной из важных задач туристского бизнеса.

Лица, имеющие ограничения жизнедеятельности (инвалидность) могут путешествовать, выезжать в места отдыха, лечения или реабилитации. И потому специалисты сферы обслуживания, в том числе туроператоры, должны быть готовы к тому, что им придется иметь дело не только со здоровыми людьми, но и с людьми, которые страдают теми или иными болезнями, быть знакомыми с проявлением подобных болезней, чтобы обеспечить им соответствующие условия на всех уровнях туристской индустрии.

Для правильной интерпретации содержания параграфа необходимо знание следующих понятий.

**Инвалид** — лицо, имеющее нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты.

**Ограничение жизнедеятельности** — отклонение от нормы деятельности человека вследствие нарушения здоровья, которое характеризуется ограничением или отсутствием способности выполнять определенный комплекс интегрированной деятельности, в том числе осуществлять самообслуживание, передвижение, ориентацию общения, контроль за своим поведением, обучение и трудовую деятельность.

**Социальная интеграция** — участие инвалидов в жизни общества наравне со здоровыми людьми.

**Клиент с особыми потребностями в туристских услугах** — это лицо, которое имеет нарушение в структурах и функциях организма и при отсутствии доступности окружающей среды, не может воспользоваться наравне с другими инклюзивным туризмом.

В Конвенции о правах инвалидов (2007), инвалидность рассматривается как «эволюционирующее понятие, которое является результатом взаимодействия между людьми с нарушением здоровья и общественными и средовыми барьерами, что мешает их полному и эффективному участию в жизни общества наравне с другими». Инвалидность сопровождает жизнь любого общества, и каждое государство формирует социальную и экономическую политику в отношении инвалидов<sup>[1]</sup>. Основу инвалидности составляет проявление различных видов и форм ограничений жизнедеятельности, детерминированных социальными условиями и потому возникновение проблем, связанных с затруднением общения при потреблении туристских услуг свидетельствует о социальной дискриминации инвалидов. Работники туризма должны осознавать, что ограничение каких-либо видов деятельности нарушает взаимоотношения в обществе и становится причинно-детерминирующим фактором особого образа жизни, поведения, появления особых потребностей в различных сферах жизнедеятельности. Нарушение взаимоотношений человека в обществе приводит к

социальной дезинтеграции и невозможностью пользоваться благами цивилизации, в том числе и услугами туризма.

Проявление различных видов и форм ограничений жизнедеятельности составляет основу инвалидности.

В соответствии с российским законодательством инвалид — лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты<sup>[2]</sup>.

Инвалидность приводит к потере основных показателей жизнедеятельности человека и ограничивает следующие способности:

? самообслуживание;

- ? самостоятельное удовлетворение основных физиологических потребностей, осуществление повседневной бытовой деятельности и соблюдение личной гигиены;
- ? самостоятельное передвижение в пространстве, преодоление препятствий, сохранение равновесия тела в рамках выполняемой бытовой, общественной, профессиональной деятельности;
- ? обучение;
- ? восприятие и воспроизведение знаний (общеобразовательных, профессиональных и др.), овладение навыками и умениями (социальными, культурными и бытовыми);
- ? трудовая деятельность;
- ? осуществление деятельности в соответствии с требованиями к содержанию, объему и условиям выполнения работы;
- ? ориентация;
- ? ориентация во времени и пространстве;
- ? общение;
- ? установление контактов между людьми путем восприятия, переработки и передачи информации;
- ? контроль своего поведения;
- ? осознание себя и адекватное поведение с учетом социально-правовых норм.

Как уже говорилось выше, снижение тех или иных способностей нарушают общепринятые взаимоотношения в обществе и могут стать причиной, порождающей особые потребности в процессе потребления туристского продукта. Особые потребности возникают в связи с невозможностью получения туристской услуги в условиях инклюзивного туризма наравне со всеми. Одной из причин, приводящей к особым потребностям в туристских услугах являются психосоматические (медико-физиологические) нарушения функций и структур органов и систем организма.

Нарушение основных функций организма снижает активность и участие индивидуума в повседневной деятельности, а также может затруднить свободный доступ потребления туристских услуг.

Потребители с подобными нарушениями, получающие туристские услуги в структуре доступного для всех инклюзивного туризма, предъявляют специфические требования к туристскому обслуживанию, в противном случае создаются условия, при которых туристская услуга остается недостижимой. Наличие ограничений жизнедеятельности предполагает адаптивные условия сопровождения туристской услуги для создания равных нрав при потреблении туристского продукта.

Под нарушениями понимается утрата или отклонение в частях или функциях организма. Термины «нарушение» и «болезнь» в медицинской практике и туризме трактуются по-разному. Туристская практика рассматривает нарушения шире и масштабнее, чем расстройства или болезнь.

Например, утрата конечности — это нарушение структуры организма, но не болезнь. И подход к оказанию туристских услуг в таком случае будет разным: это будет или отношение к инвалиду как к больному с соответствующим выбором санаторно-курортного лечения, или

как к туристу, желающему путешествовать. Нарушения рассматриваются с точки зрения возможности привлечения лиц с ограничением жизнедеятельности к туризму путем создания адаптивных условий потребления туристской услуги.

С развитием цивилизации условия, создающие ограничения жизнедеятельности, обусловленные нарушениями на психосоматическом уровне, не уменьшаются. Более того, причины, приводящие к этому, имеют устойчивую тенденцию к прогрессированию. Все больше становится лиц с ограничениями жизнедеятельности в результате функциональных и структурных нарушений в органах и системах, вступающие в противоречие со средой обитания. Глобальные техногенные и экологические изменения повышают агрессивность среды обитания человека, приводят к нарушению его биологических и социальных связей, снижают адаптационные возможности. Многие нарушения возникают по причине несовершенства профилактических мер по предупреждению заболеваний, неэффективным лечением известных и вполне излечимых болезней, неадекватным медицинским и реабилитационным обслуживанием.

В последнее время во всем мире, включая Россию, по разным причинам, в том числе в связи с экологической неустойчивостью, появилось много новых редких (орфанных) болезней, приводящих к нарушению функций и структур организма. Многие заболевания встречаются довольно часто и широко известны. Это, например, болезнь Крона, мышечная дистрофия, лимфангиома, миуковисцидоз (кистозный фиброз), саркома костей и мягких тканей и др. заболевания. В список орфанных болезней в России внесено 230 заболеваний, при этом многие из заболевших являются пользователями туристских услуг с особыми потребностями.

Проведенный анализ особенностей оказания туристских услуг лицам с ограничением жизнедеятельности позволяет рассматривать туристов с психосоматическими (медико-физиологическими), психологическими и физическими отклонениями как клиентов с особыми потребностями в туристских услугах. Клиент с особыми потребностями в туристских услугах — это лицо, которое имеет нарушение в структурах и функциях организма и при отсутствии доступности окружающей среды, не может воспользоваться наравне с другими инклюзивным туризмом. Проявление особых потребностей таких туристов выражаются в желании получить равный доступ к туристской инфраструктуре и реализовать свои права на достойный безопасный отдых.

У туристов с ограничением жизнедеятельности потребности связаны с желанием реализовать свои права на отдых наравне с другими отдыхающими. Это потребности на первый взгляд могут показаться тривиальными, не столь значительными, но для них они могут быть психологически важными. Туристы со статодинамическими нарушениями в большей степени озабочены, к примеру, будут ли на пути следования туристской группы двери с широким проходом, чтобы они смогли проехать на своей коляске или медицинские структуры для получения необходимой медицинской помощи. Дискриминирующим отношением по отношению к инвалидам является и запрет на возможность передвижения на коляске (рис.)



**Рис. Запрещающий знак для передвижения инвалидов на коляске**



Нарушения основных функций организма, приводящие к ограничению жизнедеятельности, обуславливают особые требования инвалида в процессе потребления туристской услуги. В ряде случаев это продиктовано жизненной необходимостью.

Так, туристам с нарушением углеводного обмена, нестабильными сахарами (пациенты с сахарным диабетом), во время путешествия необходимо диетическое питание и возможность коррекции сахара крови. Диализным пациентам с почечной недостаточностью может потребоваться процедура гемодиализа, стомированным пациентам с нарушением выделительной функции кишечника и мочевыделительной системы необходимы специально оборудованные комнаты в туалетах для смены памперса или средств ухода за стомой. Возможно, потребуются и медицинское вмешательство, проведение реабилитационных мероприятий и др. Разнообразные потребности возникают и у других туристов с инвалидностью и ограничением жизнедеятельности.

Введение понятия «клиент с особыми потребностями в туристских услугах» основывается на анализе видов и форм ограничений жизнедеятельности, обуславливающего инвалидность. Выделение туристов с особыми потребностями в зависимости от нарушений основных функций организма, направлено на целенаправленное применение адаптивных туристских услуг в структуре инклюзивного туризма. Физические и психосоматические недостатки — это не атрибут индивида и не всегда его личная проблема, поэтому отсутствие условий для инвалидов может рассматриваться как особая форма дискриминации. Особые потребности туристов с ограничением жизнедеятельности не должны становиться препятствиями для полноценного функционирования человека в обществе.

Понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах» акцентирует внимание туристской индустрии на необходимости дифференцированного подхода к потребностям лиц с ограничением жизнедеятельности и соответствующей адаптации туристского продукта. Инвалид может оплатить все расходы, связанные с путешествием, но он не приобретет туристский продукт, если ему не обеспечат адаптивные условия получения туристской услуги.

Социально-ориентированная туристская дестинация должна быть знакома с проявлениями нарушений в функциях и структурах организма инвалида в соответствии с его патологией. Для обеспечения процесса потребления туристских услуг следует своевременно предусмотреть возможность проявления психосоматических нарушений, определить специфику предполагаемой туристской услуги и наличие соответствующей туристской среды с возможностью предоставления специализированной услуги, медико-психологического обеспечения.

Как уже говорилось выше, устранить препятствия, связанные с психосоматическими (медико-физиологическими) проблемами, или адаптировать к ним туриста можно путем создания условий, обеспечивающих адекватное функционирование его органов и систем, созданием позитивного психологического климата во время путешествия. В период потребления туристской услуги клиентам с особыми потребностями необходимы мониторинг нагрузки и отдыха, установление величины физических и психических напряжений. Необходим учет, коррекция и изучение психофизиологической характеристики туриста.

Психосоматические нарушения и связанные с этим особые потребности не могут служить препятствием для полноценного участия инвалида в туризме.

### ***Задания на закрепление знаний и развитие умений***

#### *Задания на понимание*

- 1. Охарактеризуйте клиентов, имеющих особые потребности в туристских услугах.
- 2. Определите понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах».
- 3. Определите потребности туристских услуг лиц с ограничением жизнедеятельности.

#### *Задания на анализ*

1. Рассмотрите ключевые потребности разных групп потребителей туристских услуг, включая инвалидов.

- 2. Дайте оценку возможностям предоставления равных прав клиентам с особыми потребностями в туристских услугах.

- 3. Проанализируйте условия оказания туристских услуг лицам с ограничением жизнедеятельности.

*Задание на применение*

- 1. Изучите на практике, когда нарушение основных функций организма может затруднить свободный доступ потребления туристских услуг.
- 2. Рассмотрите дискриминирующие факторы к туристам со статодинамическими нарушениями.
- 3. Нарушение каких основных показателей жизнедеятельности человека характеризует инвалидность?
- 4. Рассмотрите умение анализировать проблемы клиентов с особыми потребностями, возможности их предотвращения.
- 5. Используйте основные термины, раскрывающие основы коммуникации при организации своей работы в коллективе

*Источник:*

[https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient\\_osobymi\\_potrebnostyami\\_turistskih\\_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455](https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient_osobymi_potrebnostyami_turistskih_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455)

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Региональные программы субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в сфере социально-культурного сервиса и туризма.
2. Нормативно-правовые акты органов представительной законодательной власти субъектов Российской Федерации в области туризма.
3. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.
4. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению.

# 1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

## 2. Тема лекционного занятия.

### Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме

#### Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями

#### 3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

#### 1. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                                      | Методы и средства обучения  |
|-------|--|---|
| 1.    | Инклюзивный туризм                                       | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи                          |
| 2.    | Государственное регулирование сферы инклюзивного туризма | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи<br>Заключительная лекция |

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

##### Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями

##### Текст лекции.

Инклюзивный туризм – понятие сложное, которое может интерпретироваться по-разному – доступный туризм, безбарьерный туризм, туризм для людей с ограниченными возможностями здоровья (далее – туризм для людей с ОВЗ), адаптивный туризм и т.д. На сегодняшний день установленного понятия инклюзивный туризм в современной литературе нет. В странах Евросоюза сегмент туризма для людей с ограниченными возможностями называют «доступным туризмом» или «туризмом для всех». Такой термин интерпретируется также как «туризм для всех» (tourism for all), «доступный туризм» (accessible tourism), «туризм для инвалидов», «инватуризм», «паратуризм», «безбарьерный туризм», «реабилитационный туризм», «коррекционно-учебный туризм» и другие [9].

Концептуальные статьи Баума Т. [1], Де Гросбуа Д. [3], Шейвенса Р. [6], Хьюз Э. [4], и Веллер Б. [7] рассматривают инклюзивный туризм как ответ на тенденции к социальной, экономической и пространственной изоляции в туризме. Эти авторы дают определение и концептуальную основу, включающую семь различных элементов, которые могут составлять направления исследований в секторе инклюзивного туризма. Авторы проводят различия между инклюзивным туризмом и другими схожими терминами, такими как комплексный туризм и инклюзивные бизнес-модели, а также в сравнительном контексте существующих концепций, которые также касаются более широких социальных преимуществ туризма.

С недавних пор в Российской Федерации развитию инклюзивного туризма стало уделяться повышенное внимание на федеральном уровне. В качестве одного из основных составляющих системы «инклюзивный туризм», который определяет органичность ее внутреннего строения и динамические взаимосвязи между доменами, можно выделить нормативно-правовую базу, которую условно можно представить в виде трех основных групп документов.

К первой группе относятся документы, защищающие права маломобильных людей и людей с инвалидностью, при доступе к туристским объектам и услугам.

Вторую группу составляют документы, регламентирующие требования при создании и организации доступной среды.

В третьей группе представлены нормативно-правовые документы, устанавливающие порядок оказания туристских услуг, в том числе для людей с ограниченными возможностями здоровья [22].

К тому же развитие инклюзивного туризма уже нашло свое отражение в Стратегии развития туризма на период до 2035 года, а также в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства».

Так как проблемы развития инклюзивного туризма еще не приобрели системный характер и большую популярность, то в настоящее время не много исследователей посвятили свои работы данной проблематике, среди них можно выделить Белоусову Н.В. [9], Якименко М.В., Русеву О.А. [22], Короткову С.Г. [17], Логунову Н.А. [18].

**Целью** данной работы является изучение зарубежного опыта развития доступной среды и инклюзивного туризма для возможности адаптации части данного опыта к российской действительности и представление авторских рекомендаций для внедрения их в Российскую практику развития инклюзивного туризма.

**Авторская гипотеза**, заключается в том, что формировать подходы к развитию инклюзивного туризма в России следует после критического изучения опыта зарубежных стран и оценки возможности внедрения уже существующих методик и инструментов на территории РФ, с учетом национальных особенностей и возможностей России.

**Научная новизна** работы заключается в разработке рекомендаций по развитию инклюзивного туризма в России с учетом анализа опыта зарубежных стран.

При проведении исследования использовались следующие **научные методы**: метод сравнения, метод изучения информационных материалов, метод статистического анализа, графический метод.

#### ***Результаты исследования***

В качестве одной из причин низкого спроса на инклюзивные туры, как в России, так и за ее пределами обычно выделяют психологический барьер людей с ОВЗ, который объясняется неизбежным дискомфортом, как в процессе путешествия, так и на туристских объектах. К тому же до сих пор нет точного определения понятия «инклюзивный туризм» и всех особенностей организации туризма для людей с ограниченными возможностями.

Один из архитекторов-колясочников Рон Мейсон совместно с коллегами из Государственного университета Северной Каролины сформировали 7 принципов универсального дизайна для организации инклюзивного туризма.

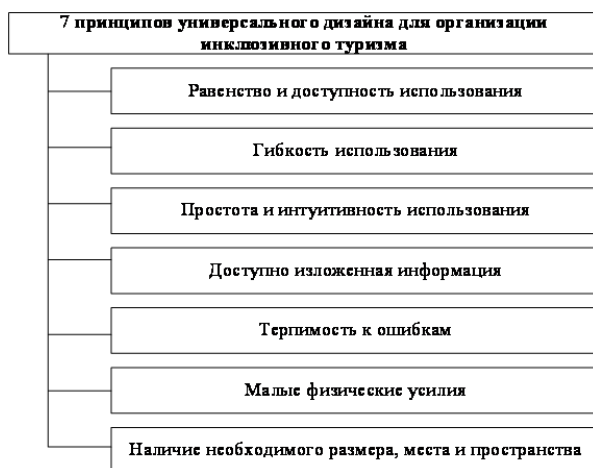


Рис.1. Принципы универсального дизайна в инклюзивном туризме [5]

По мнению авторов данные принципы должны стать основополагающими для формирования доступной среды, организации инклюзивных туров и развития инклюзивного туризма в мире.

### ***Европейский опыт развития инклюзивного туризма и формирования доступной среды***

Европейские страны, в силу высокого процента инвалидности, решили практически все проблемы доступности среды для лиц с ограниченными возможностями.

Разные эксперты в области строительства определяют Великобританию одной из лучших стран для жизнедеятельности маломобильных групп населения, где шестая часть населения страны – инвалиды. Именно в этой стране все городские автобусы имеют специальные платформы, позволяющие легко подняться в салон маломобильным лицам. Пешеходные дорожки, переходы и железнодорожные платформы имеют «осязаемое покрытие» для слабовидящих и слепых людей, представляющее собой текстурированное покрытие, предупреждающее о проемах и спусках.

**См. также:**

**[Семьи с ограниченными возможностями: прямые расходы, трансферты и доступные услуги](#)** (Притворова Т.П., Аяганова М.П.) // Экономика Центральной Азии. № 2 / 2021

**[Профессиональная ориентация в дополнительном образовании: потенциал и ограничения на примере танцевальной студии «Ангельские псы» для детей-инвалидов и детей с ограниченными возможностями здоровья](#)** (Бондарчук Ю.А.) // Экономика и социум: современные модели развития. № 1 / 2022

Великобритания делилась опытом в создании безбарьерной среды для проведения Олимпийских и Паралимпийских игр в Сочи в 2014 году. Проект по обмену опытом в сфере создания безбарьерной среды реализуется в рамках Меморандума о сотрудничестве между странами, принимающими Олимпийские и Паралимпийские игры, который был подписан в июне 2013 года Министерством торговли и инвестиций Великобритании и Министерством регионального развития России.

С 1970 года начинают разрабатываться строительные нормы и правила для Северным советом, в который входят Швеция, Дания, Норвегия и Исландия. Цель данного совета заключается в установлении единых стандартов физической доступности зданий, сооружений, как общественного, так и производственного характера, и районов для престарелых и инвалидов, поскольку принципы доступности для лиц с ограниченными возможностями здоровья идентичны.

Летом 2016 года Финляндия ратифицировала международную конвенцию ООН о правах инвалидов, теперь финны самостоятельно могут разрабатывать законы, которые позволят сделать жизнь людей с ОВЗ легче. Однако и до этого момента лица с ОВЗ, проживающие в Финляндии не чувствовали себя ограниченными и запертыми в своем микрорайоне. Вся городская инфраструктура финских городов построена так, что все люди чувствуют себя

комфортно и безопасно – пандусы, лифты, туалеты для инвалидов, даже на колесо обозрения в Хельсинки без труда можно завезти инвалидную коляску. Почти все финские отели оборудованы номерами для маломобильных граждан [15].

Норвегия уже в 1976г. включает в строительные нормы пункты, регламентирующие проектирование и строительство всех общественных зданий с элементами доступной среды, позволяющих обеспечивать свободный доступ, передвижение и пользование услугами для людей с ограниченными возможностями здоровья.

Германия начала решать проблемы с обеспечением доступности и создания условий для передвижения инвалидов после Второй мировой войны. Поэтому сейчас практически все города страны имеют адаптированную инфраструктуру для маломобильных групп населения, включая транспорт, безбарьерные пешеходные переходы, пандусы, ответственное отношение в обществе [20].

Конституция Берлина Разделом II «Основные права, государственные цели» Статьей 11 определяет, что «люди с инвалидностью не должны быть ущемлены. Государство обязано обеспечить равные условия жизни для людей с инвалидностью и без нее», которая послужила основой для принятия закона 17 мая 1990 года о равноправии лиц с ограниченной дееспособностью и лиц без ограничений дееспособности [13].

За рубежом постоянно издаются документы, которые непосредственно улучшают жизнь людей с ограниченными возможностями здоровья. Такая деятельность должна служить примером для нашей страны, так как у нас в основном действуют нормативы, установленные еще в 1990-х годах.

**Сводная таблица качества жизни для людей с ограниченными возможностями здоровья за рубежом [13]**

| Наименование страны | Доля лиц с ОВЗ | Характеристика   |
|---------------------|----------------|--|
| Финляндия           | 32,2 % [21]    | 1. Оборудование элементами доступной среды более 70% зданий и сооружений;<br>2. Обслуживание, реконструкция жилья для лиц с ОВЗ, переселение в дома, предназначенные для маломобильных групп;<br>3. Определение на законодательном уровне о необходимости проектирования зданий с элементами доступной среды;<br>4. Оснащение беспрепятственным доступом к социально-культурным объектам показа;<br>5. Организация движения, перевозка лиц с ОВЗ, бесплатный общественный транспорт. |
| Германия            | 23 % [10]      | 1. Адаптация 70% транспортной сети для инвалидов-колясочников;<br>2. Оборудование жилых домов элементами доступности (планировка, лифты, коридоры);<br>3. Оборудование элементами доступности мест досуга и отдыха;<br>4. Адаптированы туристические маршруты, пляжи для передвижения на колясках.   |
| Великобритания      | 27,2 % [21]    | 1. Проектирование и строительство частных жилых домов с учетом требований доступности для лиц с ОВЗ с 2000г.<br>2. Запрещено отказывать в обслуживании лицам с ОВЗ.  |
| Израиль             | 9 % [11]       | 1. Определение на законодательном уровне с 2005г. о необходимости оборудования учреждений и мест общественного пользования специальными приспособлениями и элементами доступной среды.   |

Финляндия в своей практике, благодаря системе толерантного отношения с использованием законодательной базы, интегрирует в сферу социальной защиты и страхования, здравоохранения, занятости и образования систему реабилитации, кроме того, компенсирует большую часть затрат инвалидов и маломобильных групп населения.

#### **Меры поддержки граждан с ограниченными возможностями [13]**

| <b>Наименование страны</b> | <b>Субсидии</b>  | <b>Дотации</b>  |
|----------------------------|--|---|
| Франция                    | Субсидирование 6% рабочих мест на предприятиях, содействие самозанятости, предоставление социального жилья в арендной форме.   | Улучшение жилищных условий, модернизация рабочих мест, техническое обслуживание, заработная плата |
| Финляндия                  | Профессиональная реабилитация, переподготовка кадров, содействие занятости и профессиональному развитию для лиц с ОВЗ, жилье распространяются на постоянное арендное или собственное жилье, а также жилье с правом проживания. | Оплата жилья, оказание социальной помощи для лиц с ОВЗ.   |
| Германия                   | Федеральная программа занятости предусматривает квоты как лиц с ОВЗ, так и субсидии работодателям их трудоустройства.  | Религиозные общины и церкви, содержащие дома для лиц с ОВЗ  |
| Израиль                    | Пребывание в специальных центрах от социальных служб.  | Приобретение жилья, транспортных средств, среднее специальное образование                         |
| Великобритания             | Оплата ЖКХ, квотирование и резервирование рабочих мест для лиц с ОВЗ, компенсация налогов, уплаченных работодателем за маломобильных лиц.  | Оборудование, приобретение транспортного средства.  |

#### ***Восточный опыт развития инклюзивного туризма и формирования доступной среды***

Люди-инвалиды в Японии больше воспринимаются как люди с дополнительными потребностями, а не с ограниченными возможностями.

В Японии большая статья расходов государственного бюджета направлена именно на здравоохранение. В Японии существует закон, который обязывает организации создавать доступную среду для инвалидов и иметь в рабочем штате представителей этой категории населения. Государственная финансовая поддержка любой активности, нацеленной на помощь инвалидам. Например, к каждому инвалиду-колясочнику приставлен социальный помощник, труд которого оплачивается из средств государства. Второй пример: любой инвалид-колясочник при нехватке собственных средств на покупку инвалидной коляски, управляемой с пульта, может попросить государство о финансовой помощи, причем неважно, сколько собственных средств он может вложить в покупку.

**См. также:**

**[Проблемы трудоустройства выпускников с инвалидностью в реалиях современного рынка труда](#)** (Антонова Г.В., Кураева Л.Н. и др.) // Экономика труда. № 11 / 2020

**[К вопросу о повышении уровня занятости лиц с инвалидностью в России](#)** (Гурина М.А., Моисеев А.Д. и др.) // Экономика труда. № 1 / 2019

В Японии работают эксперты в области консультирования людей, которые совсем недавно получили степень инвалидности и испытывают психологические барьеры и высокий уровень стресса. Помимо этого, существуют различные центры реабилитации, которые проводят обучения по таким направлениям, как: баскетбол для инвалидов-колясочников, настольный теннис для людей, лишенных зрения, голбол, батутный спорт для людей с ОВЗ [16].

Весь общественный транспорт в Японии – доступная среда для инвалидов. В автобусах существуют откидные пандусы, а в автомобилях такси двери открываются автоматически, причем это удобно не только для людей с ОВЗ, но и для всех граждан. Откидные пандусы в японском транспорте пока что ручные, но ведутся разработки по установке автоматических пандусов, которые смогут завозить людей самостоятельно.

В Японии запущена муниципальная программа оборудования домов, в которых проживают инвалиды, по их запросу. Например, в спальню устанавливают специальное крепление, которое управляется с пульта и позволяет поднять тело человека и переместить на кровать.

Все международные отели обладают необходимым уровнем комфорта для людей с ограниченными возможностями. Такси используются специальные погрузки, которые облегчают колясочникам посадку в автомобиль. Для людей с ОВЗ доступен прокат инвалидных колясок, позволяющий взять инвалидное кресло в аренду.

В Китае все микроавтобусы или большие автобусы оборудованы рампой или специальным подъемником. В Китае имеются подъемники для инвалидных колясок на станциях метро. Туалеты для инвалидов-колясочников есть постоянно функционирующие везде: в торговых центрах, метро и аэропортах. В больших городах на пешеходных переходах отсутствуют высокие бордюры или препятствия для перемещения людей на колясках. Они оборудованы плавными спусками, пандусами или лифтами, что характерно для мостовых и переходов.

Каждый дом в Китае оборудован удобным входом, пандусом, а также лифтом для людей на колясках. Чем современнее дом, тем технологичнее он оборудован для людей с ограниченными возможностями. Как и в Японии, в Китае реабилитационные центры проводят обучения по таким направлениям, как: керлинг, все виды спорта в паралимпийских играх. Безбарьерная среда присутствует в гостиницах, аэропортах и на железнодорожных вокзалах: гиды, сиделки, медицинские сестры, услуги по обработке багажа и т.д.

Корейское правительство старается решать вопрос трудоустройства людей с ограниченными возможностями. В стране действует закон, согласно которому предприятия обязаны иметь в своем штате не менее 2% сотрудников с физическими недостатками. При невыполнении этого условия компании облагаются штрафами. В городах существуют специальные центры реабилитации, которые помогают людям с ограниченными возможностями пройти профессиональную подготовку, а затем помогают устроиться на работу.

У каждой станции метро в Южной Корее обычно несколько выходов на поверхность – нередко даже по 8-10, большинство из которых оборудованы лифтами. При этом стандартные спуски в метро обычно представляют из себя неширокий эскалатор и рядом широкую лестницу, оборудованную платформой для спуска инвалидов-колясочников. В поездах метро для них предусмотрены отдельные двери в вагон, в котором отсутствуют сиденья.

Основные туристические места и достопримечательности также предусматривают удобства для людей с ограниченными возможностями. Кроме того, что входные билеты для них бесплатны, все практически все входы оборудованы пандусами и туалетами, которые шире обычных, в них установлены безопасные ручки, специальные стульчаки, низкие раковины и т.д. [19]

В Корее используются специальные банкоматы, ориентированные на людей с ограниченными возможностями, отличающиеся высотой и клавиатурой.



В некоторых местах (например, на ручье Чонгечхон, в парке Сеульский лес, парке реки Ханган, в Сеульском музее искусства, в крупных универмагах, парках развлечений Лотте Ворд и Эверленд) предусмотрена аренда инвалидных колясок. Аренда бесплатная по предъявлению удостоверения личности. В парках развлечений оборудованы специальные пункты медицинской помощи, а также имеется возможность запросы бесплатной услуги сопровождения.

Большинство примеров показали, что наиболее обобщенный передовой опыт можно найти в туристических направлениях, которые приняли политику по социальным вопросам и защите прав людей с ограниченными возможностями.

При анализе различных видов опыта целью являлся отбор примеров, охватывающих такие категории, связанные с туризмом, как обучение, работа, транспорт, размещение, туроператорская и турагентская деятельность, информация для туристов,

### ***Предложения авторов по развитию инклюзивного туризма в РФ с учетом анализа мирового опыта развития доступного туризма***

1. Разработка и создание инфраструктуры для инклюзивного туризма – организация доступной среды в аэропортах, вокзалах, оборудование всех транспортных средств специальными устройствами для лиц с ОВЗ, организация специальных стоянок для маломобильных граждан, развитие автодорог, создание системы продажи билетов, адаптированной под все нозологии для лиц с ОВЗ.

2. Увеличение номерного фонда в отелях и гостиницах, адаптированных для проживания людей с ОВЗ, а также субсидии и дотации на строительство «инклюзивных» гостиниц.

3. Развитие медицинского туризма, а также развитие сетей лечебно-оздоровительных учреждений, которые будут способствовать лицам с ОВЗ укрепить здоровье, а также провести время с родными и близкими. Важно уделить внимание развитию бюджетных сетей, чтобы люди могли воспользоваться услугами гостиницы вне зависимости от уровня дохода.

4. Подготовка туроператорами инклюзивных туров по России в соответствии с возможностями туристских дестинаций.

5. Развитие системы информационного поля о туристско-экскурсионных услугах предприятий и туристических направлениях доступных для людей с ОВЗ.

6. Обучение сотрудников службы размещения обслуживанию клиентов с ограниченными возможностями и особыми требованиями.

7. Обучение доступному туризму знаниям, компетентности и навыкам для удовлетворения различных обстоятельств и потребностей клиентов.

8. Развитие системы доступности пляжей: внедрение адаптированных доступных услуг, таких как туалеты, душевые и раздевалки, посты спасателей и затененные зоны, а также услуги по оказанию помощи в купании и безопасности, использование системы аудиосвязи, позволяющая людям с нарушениями зрения плавать свободно, независимо и безопасно.

### ***Заключение***

Для разработки перспективных вопросов в секторе туризма государству на всех уровнях необходимо разрабатывать стратегические планы. Это обеспечит последовательность и определенность, необходимые для индустрии туризма, и создаст устойчивую основу, в том числе и для роста инклюзивного туризма.

***См. также:***

[Цифровые платформы для инклюзивного бизнеса](#) (Сагинова О.В., Стегарева Е.В. и др.) // Вопросы инновационной экономики. № 1 / 2022

[Новые точки притяжения российских туристов в современных условиях](#) (Альмухамедова О.А., Ханина А.В.) // Экономика, предпринимательство и право. № 11 / 2022

Государство должно стремиться к мобилизации инвестиций, стимулированию роста и максимизации экологической, экономической и социальной отдачи от туризма. Привлечение инвестиций в туризм является конкурентным процессом в разных странах, учитывая потенциал туризма в плане содействия экономическому развитию и потребность в

качественной инфраструктуре в сочетании с ограниченными государственными бюджетами и нехваткой инвестиционного капитала.

Переход к согласованным и всеобъемлющим подходам к разработке политики в области инклюзивного туризма поможет странам перестроить рост туризма в целях более эффективного распределения выгод, устранения неравенства и повышения устойчивости экономики.

Долгосрочные стратегии и политика, ориентированные на содействие качественной занятости и создание рабочих мест, развитие навыков, предпринимательство, инновации, эффективные инвестиции и комплексное региональное развитие, являются неотъемлемой частью достижения роста устойчивого и инклюзивного туризма – роста, который учитывает текущие и будущие экономические, социальные и экологические последствия.

Государству следует стремиться к развитию комплексной и последовательной политики в сфере инклюзивного туризма, которые отражают особенности разных стран и сообществ в достижении общих целей в числе которых: обеспечение доступа потребителей к качественной, надежной и безопасной туристической деятельности, повышение производительности труда в сфере туризма, и особенно среди малых и средних предприятий, защита, управление и улучшение природных и культурных ресурсов, повышение конкурентоспособности, а также поощрение инклюзивного роста и развития внутри и между странами.

*Источник: <https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120>*

#### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Международные практики оказания услуг лицам с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
2. Основные понятия, роль и значение социального туризма.
3. Субъекты, обеспечивающие возможность услуг социального туризма.

# 1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

## 2. Тема лекционного занятия.

### Раздел 2. Социальный туризм

#### Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан.

##### 3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

##### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)            | Методы и средства обучения   |
|-------|--------------------------------|--|
| 1.    | Понятие социального туризма    | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2.    | Источники финансирования       | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3.    | Социальное предпринимательство | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

##### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

###### Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан.

###### Текст лекции.

###### 1.1. Основные понятия и виды социального туризма.

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ сказано: «туризм социальный – туризм, полностью или

частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей».[1]

Другими словами, социальный туризм – это любой вид туризма (познавательный, курортный, экологический, сельский и т.д.), расходы на который полностью или частично оплачиваются туристу из финансовых источников, предназначенных на социальные нужды.

В целом социальный туризм рассматривается как экономическая категория и в большинстве законов различных государств этот вид туризма причисляется к приоритетным. Российский закон дает социальному туризму третью степень приоритета после внутреннего и въездного направлений туризма.

Процитированная из федерального закона формулировка – пока единственная в отношении именно социального туризма. Но до сих пор в нашей стране не разработан регламентирующий документ, который бы определял механизм получения от государства полагающегося по закону вспомоществование из бюджетных средств, предусматриваемых на социальные нужды. Нет и конкретного определения, кто из туристов, на какие свои путешествия, где и когда может получить финансовую поддержку от государства на эти цели.

Главная цель социального туризма – создание условий для путешествий пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда, школьникам, молодежи и любым иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды, иные организации оказывают социальную поддержку.

На примере ряда цивилизованных стран мы видим, что социальный туризм развивается в виде «ассоциативного туризма», организаторами которого являются профессиональные союзы туристских компаний и ассоциации социального туризма. Основной задачей социального туризма стала организация дешевых поездок для людей с низкими доходами. Немалую роль в развитии социального туризма сыграли и муниципальные органы власти, создавая для этого не только экономические условия (предоставление социально ориентированному туризму льгот на землю, льгот в части налогообложения и др. преференции), но и инфраструктурные, в первую очередь, ориентированные на людей с ограниченными физическими возможностями. Именно поэтому в странах Европы туризм для этой категории граждан – обыденное явление. Свои услуги в этой сфере предлагают множество турфирм, имеющих разнообразные специализированные туристские программы и экскурсии для инвалидов. Экономически выгодному развитию социального туризма способствует не наличие отдельных единичных инфраструктурных элементов, а созданная целеполагающая система, обеспечивающая доступ людей к полноценному отдыху, а значит и эффективному восстановлению физических и духовных сил.

Так, например, в Германии в целях развития культурно-познавательного туризма все места досуга обустроены с учётом потребностей маломобильных граждан. В музеях и театрах, как правило, имеются кресла-коляски, которыми могут воспользоваться инвалиды. Большое внимание «доступному» культурно-познавательному туризму уделяется и в Испании. Британские турфирмы, предлагающие социальные туры провели инспекцию в Барселоне и признали ее одним из лучших туристских направлений в мире с этой точки зрения. Недавно был создан специальный сайт «Доступный туризм», содержащий все сведения о соответствующих поездках в Каталонию. Там можно найти подробную информацию о 19 турмаршрутах, на которых созданы необходимые условия для приема инвалидов и людей пожилого возраста.

В Финляндии (регион Порвоо) находится сразу несколько малых фирм, предлагающих услуги по организации водного туризма для инвалидов на прогулочных судах, куда могут подняться люди на инвалидных креслах.

Во Франции, наибольшее распространение получила такая форма социального туризма, как сельский туризм. Ассоциация социального туризма, развивающая это направление, владеет объектами отдыха и, предлагает их за небольшую плату своим пайщикам. Недорогой отдых на природе востребован круглый год, в том числе и молодежью.

В Австрии наибольшее развитие получил спортивно-развлекательный туризм. Горный курорт Тироль вошел в число самых приспособленных для инвалидов колясок районов Европы. Люди, нуждающиеся в специальных средствах передвижения, получили возможность не просто беспрепятственно гулять по улицам Тироля и осматривать достопримечательности, но и подниматься на определенные горные высоты и, что самое ценное, заниматься всеми, доступными для них активными видами спорта на базах отдыха. Те, кто уже опробовал новую технику, утверждают, что инфраструктура Тироля действительно стала доступной и благоприятной для всех категорий туристов.

Мировой опыт убеждает – массовость общедоступного социального туризма перекрывает его дешевизну суммарным притоком и быстрой оборачиваемостью живых денег, что увеличивает занятость населения, привлекает инвестиции в туризм непосредственно на местах, а заодно и налоговые поступления. Благодаря туризму повсюду в мире государства обогащают, поддерживая эту сферу законодательно выверенной политикой.

В современной России развитие социального туризма возможно пока только через государственное регулирование, поставив во главу угла общедоступность туризма внутри страны.

Сегодня развитие социального туризма в России и ее регионах сдерживается практически полным отсутствием правового обеспечения данной сферы. Очевидна необходимость реорганизации и совершенствования системы управления социальным туризмом, как на федеральном, так и региональном уровнях. Практически отсутствует теоретическая разработка форм предоставления социального туризма в новых экономических условиях. Теория и формы социального туризма, наработанные в рамках советской системы, устарели и не пригодны для применения в настоящей социально-экономической ситуации. Они требуют коренной переработки и осмысления для выработки методов, адекватно соответствующих новой модели общественного и государственного строя.

Практика проведения социальных туров в России и за рубежом показывает, что их организация имеет свою специфику. Особенно это выражается в работе с ограниченно дееспособными лицами, в том числе с инвалидами. Эффективность этой работы напрямую зависит от наличия и развития соответствующей инфраструктуры. Надо признать, что в России инфраструктура для организации инвалидного туризма отсутствует. Имеющиеся в некоторых общественных местах пандусы не снимают проблему дискомфорта, а чаще невозможного, перемещения людей, например, с нарушениями опорно-двигательного аппарата. В результате ущемляются конституционные права и интересы этих людей в их желании путешествовать и постигать Родину.

Другая проблема – специализированные кадры. Здесь сказался многолетний «простой» в подготовке специалистов в сфере социального туризма, что естественным образом привело к дефициту профессионального туристского опыта, как пример – обслуживание туристов и экскурсантов с дефектами зрения или слуха.

Обратившись к мировому опыту, мы видим демонстрацию примеров заботы о гражданах в удовлетворении их духовных потребностей. Люди всегда стремятся увидеть, узнать родной край, свою страну. Они хотят, чтобы это стало доступно, чтобы путешествия духовно их обогащали, радовали, наполняли яркими впечатлениями. Это – нормальная всеобщая потребность, и она должна быть социально удовлетворена. Несмотря на то, что в России социальный туризм нормативно не определен (проект закона о социальном туризме отклонен), государственная задача по созданию экономически выгодных условий для работы туроператоров по формированию и реализации общедоступных туров на внутреннем рынке остается.

Развитие социального туризма – один из наиболее мощных рычагов для создания реальной безбарьерной среды на транспорте, развития доступности во всей инфраструктуре, вовлечение инвалидов в активную социальную жизнь общества. Социальный туризм открывает доступ людям к историческим, духовным, культурным ценностям России и мира. Кроме того, развитие социального туризма ведет к развитию туризма в городе и стране в

целом, делает его привлекательным для иностранных туристов-инвалидов. Это напрямую связано с экономическими выгодами и с повышением авторитета на международном уровне.

*Источник: <https://studfile.net/preview/1865342/page:2/>*

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Основные понятия и определения туризма для людей с ОВЗ.
2. Международные практики оказания услуг в сфере туризма и гостеприимства лицам с ОВЗ
3. Правовые основы организации услуг для лиц с особыми потребностями в Российской Федерации. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»
4. Адаптация объектов социальной инфраструктуры и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности лиц с ОВЗ

# 1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

## 2. Тема лекционного занятия.

### Раздел 2. Социальный туризм

#### Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

##### 3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

##### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1.    | Санаторно-курортное лечение для льготных категорий граждан                          | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2.    | Инфраструктурные и географические аспекты специализации и специализированных санкур | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

##### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

###### Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями.

###### Текст лекции.

Льготные категории граждан, включенные в Федеральный регистр лиц, имеющих право на получение путевки на санаторно-курортное лечение (при наличии медицинских показаний) в санаторно-курортные организации, расположенные на территории Российской Федерации, получающие ежемесячную денежную выплату в Управлении Пенсионного Фонда Российской Федерации административных районов Санкт-Петербурга, могут обратиться в Санкт-Петербургское региональное отделение Фонда социального страхования Российской Федерации (территориальный орган Фонда) с заявлением о предоставлении социальной услуги.

Предоставление государственной услуги осуществляется территориальными органами Фонда по месту жительства заявителя.

#### Принцип предоставления

#### Результат предоставления

Предоставление путевки на санаторно-курортное лечение, осуществляемой в целях профилактики основных заболеваний, в санаторно-курортные организации, определенные в соответствии с законодательством РФ о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Одновременно с путевкой на санаторно-курортное лечение, выданной территориальным органом ФСС, заявителю предоставляются специальные талоны и (или) именные направления, за исключением случаев отказа заявителя от получения набора социальных услуг полностью, отказа заявителя от получения государственной услуги в части бесплатного проезда на пригородном железнодорожном транспорте, а также на междугородном транспорте к месту лечения и обратно, оформленный в виде заявления об отказе от получения набора социальных услуг (социальной услуги), подаваемого в территориальный орган Пенсионного фонда РФ в соответствии с частями 3, 4 статьи 6.3 Федерального закона от 17.07.1999 №178-ФЗ «О государственной социальной помощи».

#### Срок предоставления

При предоставлении заявителю путевки на санаторно-курортное лечение территориальные органы Фонда:

не позднее 10 дней с момента поступления заявления о предоставлении государственной услуги и документов, необходимых для предоставления государственной услуги, сообщают заявителю (в том числе в электронном виде, если заявление было представлено в форме электронного документа) о регистрации его заявления с указанием даты регистрации и регистрационного номера, а также уведомляют заявителя об учете заявления в электронной очереди граждан на получение санаторно-курортной путевки в информационной системе Фонда (электронная очередь) либо об отказе в предоставлении государственной услуги;

осуществляют предоставление путевки на санаторно-курортное лечение заблаговременно, не позднее чем за 18 дней (для детей-инвалидов, инвалидов с заболеваниями и последствиями травм спинного и головного мозга — за 21 день) до даты заезда в санаторно-курортную организацию.

#### Стоимость

#### Заявители

#### I. Получатели государственной услуги:

инвалиды войны;

участники Великой Отечественной войны;

ветераны боевых действий из числа лиц, указанных в подпунктах 1 — 4 пункта 1 статьи 3 Федерального закона от 12.01.1995 №5-ФЗ «О ветеранах»;

военнослужащие, проходившие военную службу в воинских частях, учреждениях, военно-учебных заведениях, не входивших в состав действующей армии, в период с 22 июня 1941 года по 3 сентября 1945 года не менее шести месяцев, военнослужащие, награжденные орденами или медалями СССР за службу в указанный период;

лица, награжденные знаком «Жителю блокадного Ленинграда»;

лица, работавшие в период Великой Отечественной войны на объектах противовоздушной обороны, местной противовоздушной обороны, на строительстве оборонительных сооружений, военно-морских баз, аэродромов и других военных объектов в пределах тыловых границ действующих фронтов, операционных зон действующих флотов, на прифронтовых участках железных и автомобильных дорог, а также члены экипажей судов транспортного флота, интернированных в начале Великой Отечественной войны в портах других государств;

члены семей погибших (умерших) инвалидов войны, участников Великой Отечественной войны и ветеранов боевых действий, члены семей погибших в Великой



Отечественной войне лиц из числа личного состава групп самозащиты объектовых и аварийных команд местной противовоздушной обороны, а также члены семей погибших работников госпиталей и больниц города Ленинграда;

инвалиды;

дети- инвалиды;

лица, подвергшиеся воздействию радиации вследствие катастрофы на Чернобыльской АЭС, а также вследствие ядерных испытаний на Семипалатинском полигоне, и приравненные к ним категории граждан.

II. Заявители, обращающиеся за предоставлением государственной услуги:

Лица, указанные в п. I.

Представители получателей государственной услуги.

Порядок действий

Порядок действий заявителя

Обращается в подразделение МФЦ.

Подает заявление по форме и необходимые документы.

Получив уведомление о принятом решении о предоставлении санаторно- курортной путевки по почте или в электронном виде, получает санаторно- курортную путевку.

Получает специальные талоны и именные направления.

Основания для отказа в предоставлении государственной услуги:

Обращение с заявлением лиц, не относящихся к категориям заявителей и их представителей.

Непредставление заявителем документов, указанных в уведомлении о необходимости предоставления документов, в сроки, установленные в указанном уведомлении.

При предоставлении путевки на санаторно- курортное лечение:

отказ заявителя от получения набора социальных услуг полностью, отказ заявителя от получения государственной услуги в части предоставления при наличии медицинских показаний путевки на санаторно- курортное лечение, осуществляемое в целях профилактики основных заболеваний, в санаторно- курортные организации, определенные в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, оформленный в виде заявления об отказе от получения набора социальных услуг (социальной услуги), подаваемого в территориальный орган Пенсионного фонда Российской Федерации в соответствии с частями 3, 4 статьи 6.3 Федерального закона от 17.07.1999 №178- ФЗ «О государственной социальной помощи»;

наличие ранее зарегистрированного заявления о предоставлении государственной услуги в территориальном органе Фонда, по которому путевка на санаторно- курортное лечение не была предоставлена.

Порядок действий уполномоченной организации

I. Прием и регистрация заявления и документов, необходимых для предоставления государственной услуги

Специалист подразделения МФЦ:

Устанавливает факт принадлежности предъявленного документа, удостоверяющего личность, заявителю путем сверки внешности обратившегося лица с фотографией в документе.

Проверяет комплектность документов на соответствие установленному перечню.

На заявлении проставляет отметки о дате и времени приема заявления и документов, необходимых для предоставления государственной услуги.

В случае непредставления заявителем какого-либо документа, необходимого для предоставления государственной услуги, уведомляет его об этом и сообщает, что установленный срок предоставления государственной услуги будет исчисляться со дня получения территориальным органом Фонда всех документов, необходимых для получения государственной услуги.

Проставляет на расписке о приеме документов отметку о том, что заявителю даны разъяснения о необходимости представления всех соответствующих для получения государственной услуги документов.

Оформляет и выдает заявителю расписку о приеме документов с указанием регистрационного (входящего) номера и даты приема заявления и документов, необходимых для предоставления государственной услуги, в которой указываются фамилия, инициалы, должность, ставится подпись специалиста подразделения МФЦ, принявшего документы.

Передаёт комплект документов в территориальное отделение Фонда.

Похожее: Вот за кого не стыдно quot Локомотив quot в матче с quot Атлетико quot заработал второе очко в ЛЧ

Должностное лицо территориального отделения Фонда, ответственное за прием документов:

Передаёт принятые заявление и документы, необходимые для предоставления государственной услуги, должностному лицу территориального органа Фонда, осуществляющему регистрацию корреспонденции.

Должностное лицо территориального органа Фонда, осуществляющее регистрацию корреспонденции:

Принимает, обеспечивает регистрацию полученных заявления и документов, необходимых для предоставления государственной услуги, в день их поступления в территориальный орган Фонда и передает должностному лицу территориального органа Фонда, ответственному за предоставление государственной услуги.

Информирует заявителя (по почте, на личном приеме) о регистрации его заявления с указанием даты регистрации и регистрационного номера.

II. Рассмотрение заявления и документов, необходимых для предоставления государственной услуги, учет заявления в электронной очереди, уведомление заявителя о результатах рассмотрения

Должностное лицо территориального органа Фонда, ответственное за предоставление государственной услуги:

Осуществляет проверку полноты документов, необходимых для предоставления государственной услуги, и правильности заполнения заявления.

В случае непредставления заявителем одного или нескольких документов, необходимых для предоставления государственной услуги, и (или) представления документов, оформленных с нарушением требований действующего законодательства Российской Федерации, в течение двух рабочих дней с даты регистрации поступивших документов направляет заявителю (представителю) письменное уведомление о необходимости представления документов в установленный в уведомлении срок.

В случае представления заявителем полного комплекта документов, необходимых для предоставления государственной услуги, и отсутствия оснований для отказа в предоставлении государственной услуги учитывает заявление в электронной очереди.

В случае наличия оснований для отказа в предоставлении государственной услуги оформляет решение об отказе в предоставлении государственной услуги с указанием причин отказа.

Уведомляет заявителя о предоставлении государственной услуги либо об отказе в предоставлении государственной услуги с указанием причин отказа.

Также уведомление заявителя о необходимости представления недостающего документа, об учете заявления в электронной очереди, об отказе в предоставлении государственной услуги может быть выдано в день обращения без направления заявителю указанных уведомлений по почте.

III. Выдача заявителю путевки на санаторно-курортное лечение и специальных талонов и (или) именных направлений

Должностное лицо территориального органа Фонда, ответственное за предоставление государственной услуги:

Готовит и подписывает у руководителя (заместителя руководителя) территориального органа Фонда Решение о выделении заявителю путевки на санаторно-курортное лечение.

В срок не позднее дня оформления соответствующего решения направляет уведомление об учете заявления в электронной очереди, уведомление о предоставлении государственной услуги или об отказе в предоставлении государственной услуги в подразделение в соответствии с соглашением о взаимодействии.

Специалист подразделения МФЦ:

Приглашает заявителя прибыть в подразделение МФЦ для получения уведомления об учете заявления в электронной очереди, о предоставлении государственной услуги или об отказе в предоставлении государственной услуги.

На личном приеме выдает заявителю уведомление об учете заявления в электронной очереди, о предоставлении государственной услуги или об отказе в предоставлении государственной услуги, полученное от территориального органа Фонда, на бумажном носителе.

Документы

Документы, представляемые заявителем

I. Обязательные к представлению документы:

Заявление о предоставлении государственной услуги форме.

Документ, удостоверяющий личность.

Справка для получения путевки на санаторно-курортное лечение по форме №070/у, утвержденной приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 15.12.2014 №834н «Об утверждении унифицированных форм медицинской документации, используемых в медицинских организациях, оказывающих медицинскую помощь в амбулаторных условиях, и порядков по их заполнению».

II. Дополнительные документы (в случае обращения представителя заявителя):

Документ, удостоверяющий личность представителя.

Документ, удостоверяющий полномочия представителя.

Основание для отказа в приеме документов — признание недействительности электронной подписи в порядке, установленном Федеральным законом от 06.04.2011 №63-ФЗ «Об электронной подписи», выявленное в результате ее проверки.

Источник: <https://imccenter.ru/obespecheniye-sanatorno-kurortnym-lecheniyem-otdel-nykh-kategoriy-grazhdan>

Основание

Закон от 17.07.1999г. № 178-ФЗ

Федеральный закон от 17.07.1999 N 178-ФЗ (ред. от 01.07.2021)

Постановление от 26.01.2011г. № 61/2

Постановление Правительства МО от 26.01.2011 N 61/2 (ред. от 28.06.2022) "Об оказании государственной социальной помощи в виде набора социальных услуг, включающего предоставление при наличии медицинских показаний путевок на санаторно-курортное лечение и бесплатный проезд на междугородном транспорте к месту лечения и обратно" (вместе с "Порядком предоставления отдельным категориям граждан, имеющим место жительства в Московской области, путевок на санаторно-курортное лечение и бесплатного проезда на междугородном транспорте к месту лечения и обратно")

### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Социальные туры и их отличительные особенности.
2. Система социального туризма в России.
3. Понятие санаторно-курортной помощи, как вида медицинского и сервисного обслуживания населения.

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

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

**ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

**1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С  
ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**2. Тема практического (семинарского) занятия**

**Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме**

**Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг**

**3. Цели занятия.**

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

**4. Структура практического (семинарского) занятия.**

| № п/п | Содержание (кратко)                     | Методы и средства обучения                     |
|-------|---|--|
| 1.    | Инвалидность по нозологиям              | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 2.    | Особенности обслуживания туристов с ОВЗ | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |

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

**Введение.**

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

**Вопросы к обсуждению:**

1. Здоровье – состояние полного физического, психического, социального благополучия людей, а не только наличие или отсутствие болезней или дефектов.
2. Показатели здоровья: демографический, физическое развитие, заболеваемость, инвалидность.

- Факторы, влияющие на показатели здоровья: социальные, природно-климатические, генетические, здравоохранение

**1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**2. Тема практического (семинарского) занятия**

**Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме**

**Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями**

**3. Цели занятия.**

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.

2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.

4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.

5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

**4. Структура практического (семинарского) занятия.**

| № п/п | Содержание (кратко)                                      | Методы и средства обучения                        |
|-------|--|---|
| 1.    | Инклюзивный туризм                                       | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Государственное регулирование сферы инклюзивного туризма | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>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:**

- Этика общения с инвалидами.
- Понятие комфортных условий для путешествий туристов-инвалидов.
- Ситуация с инклюзией за рубежом и в России.
- Санаторно-курортные услуги для клиентов с особыми потребностями

**ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма практического задания: реферат**

**Темы рефератов:**

- Всемирная программа действий в отношении инвалидов. Основные принципы Конвенции ООН о правах инвалидов.

2. Законодательно-нормативная база, регламентирующая оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению в сфере гостеприимства и туризма
3. Основы этики общения с инвалидами
4. Правила этикета при общении с инвалидами
5. Методы взаимодействия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов
6. Международные практики оказания услуг в сфере туризма и гостеприимства лицам с ОВЗ
7. Правовые основы организации услуг для лиц с особыми потребностями в Российской Федерации. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»
8. Адаптация объектов социальной инфраструктуры и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности лиц с ОВЗ
9. Обзор общих практик работы с лицами ОВЗ.
10. Понятие туротерапия. Особенности участия лиц с ОВЗ в туристских мероприятиях.
11. Социальные туры и их отличительные особенности.
12. Система социального туризма в России.
13. Социально-психологические проблемы туристов с ограниченными возможностями при подготовке туристических мероприятий и пути их решения.
14. Специфические особенности подготовки туристических мероприятий с участием лиц с ограниченными возможностями и обеспечение безопасности.
15. Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ.
16. Культура сервиса и морально-нравственный характер общения людей.
17. Особенности организации и финансирования социального туризма.
18. Виды социального туризма. Организация финансирования социального туризма.
19. Подходы к санаторно-курортному лечению. Социальное страхование.
20. Психолого-когнитивные практики как здоровьесберегающие технологии. Творчество в практике работы с лицами с ОВЗ.
21. Менеджмент безопасности в адаптивной физической культуре, спорте и туризме лиц с отклонениями в состоянии здоровья.
22. Основные факторы риска при возникновении чрезвычайных ситуаций у различных категорий лиц с нарушениями в состоянии здоровья.
23. Обеспечение безопасности туристской деятельности лиц с отклонениями в состоянии здоровья.
24. Предупреждение и преодоление конфликтных ситуаций в обслуживании туристов из числа лиц с ОВЗ.
25. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов (СКРИ).

### ***Методические материалы к выполнению реферата***

Реферат (от лат. 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.*

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.**

1. Перечислите нозологические группы по ОВЗ:

- a) хронические соматические инфекционные заболевания;
- b) слуховые нарушения;
- c) зрительные нарушения;
- d) речевые нарушения;
- e) интеллектуальные нарушения;
- f) расстройства эмоционально-волевой сферы;
- g) нарушения опорно-двигательной сферы, со сложными нарушениями

2. Что необходимо для ориентации и передвижения в пространстве людям с нарушением опорно-двигательного аппарата.

Вычеркните лишнее.

- a) Специальное парковочное место шириной 3,5м.;
- b) Специальное парковочное место шириной 4,0м.;
- c) Пандус (уклон не более 1:10; ширина не менее 0,9);
- d) Пандус (уклон не более 1:0,8; ширина не менее 1,0);



е) Поручни двойные высотой 0,7 и 0,9 параллельны поверхности пандуса

3. Основные функции адаптивного туризма для лиц с отклонениями в состоянии здоровья?

Выберите один ответ:

- a. лечебно-восстановительная, социализирующая, гуманистическая
- b. гедонистическая, творческая, коммуникативная
- c. развлекательная, преобразовательная, спортивная
- d. спортивная, оздоровительная, ценностная

1. Спортивно – оздоровительный и краеведческий туризм — это?

Выберите один ответ:

- a. спортивное мероприятие в искусственной природной среде, связанное с преодолением различных препятствий в дикой природе по определённому маршруту
- b. самостоятельная сфера, реализующая потребности личности через экстремальные ситуации
- c. самостоятельная и социально – ориентированная сфера, образ жизни значительной прослойки общества, эффективное средство духовного и физического развития личности, воспитания бережного отношения к природе, взаимопонимания и взаимоуважения между народами и нациями
- d. путешествие в естественной среде, связанное с преодолением различных природных препятствий

2. Что не относится к формам реагирования в экстремальных ситуациях?

Выберите один ответ:

- a. повышение эффективности действий
- b. резкое торможение активных действий
- c. смех
- d. резкое понижение организованности

3. Алгоритм подготовки туристического мероприятия для лиц с отклонениями в состоянии здоровья:

Выберите один ответ:

- a. Выбор организационной формы мероприятия в соответствии с возможностями контингента, работа с контингентом, анализ имеющихся возможностей: волонтеры, снаряжение, транспорт и т.п., определение ответственных за решение организационных вопросов, подготовка документации.
- b. Разработка Положения о мероприятии, выбор организационной формы мероприятия в соответствии с возможностями контингента, выбор цели и задач, анализ имеющихся возможностей: волонтеры, снаряжение, транспорт и т.п., определение ответственных за решение организационных вопросов, подготовка документации, анализ эффективности подготовительных действий и их коррекция.
- c. Выбор цели и задач, выбор организационной формы мероприятия в соответствии с возможностями контингента и нозологической группы, анализ имеющихся возможностей: волонтеры, снаряжение, транспорт и т.п., определение ответственных за решение организационных вопросов, подготовка документации, работа с контингентом, анализ эффективности подготовительных действий и их коррекция.
- d. Выбор цели и задач, подготовка контингента, анализ имеющихся возможностей: волонтеры, снаряжение, транспорт и т.п., определение ответственных за решение организационных вопросов, подготовка Положения о мероприятии.

4. Что не относится к главным задачам врачебно – педагогических наблюдений?

Выберите один ответ:

- a. повышение мышечного тонуса и общего состояния
- b. медико – физиологическая оценка организации и методики проведения тренировок с целью соответствия предъявляемых физических нагрузок состоянию здоровья и физической подготовленности туристов

- с. санитарно – гигиеническая оценка и коррекция условий питания, размещения, отдыха и тренировочных занятий туристов
- d. назначение и проведение профилактических и лечебных мероприятий и процедур во время тренировок, в походах и после них

5. Что не относится к главным задачам врачебно – педагогических наблюдений?

Выберите один ответ:

- a. повышение мышечного тонуса и общего состояния
- b. медико – физиологическая оценка организации и методики проведения тренировок с целью соответствия предъявляемых физических нагрузок состоянию здоровья и физической подготовленности туристов
- с. санитарно – гигиеническая оценка и коррекция условий питания, размещения, отдыха и тренировочных занятий туристов
- d. назначение и проведение профилактических и лечебных мероприятий и процедур во время тренировок, в походах и после них

***Методические материалы по выполнению тестирования.***

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

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

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

***Критерии оценки теста:***

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

## ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

### 1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

#### 2. Тема практического (семинарского) занятия -

#### Раздел 2. Социальный туризм

#### Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан.

##### 3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

#### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)            | Методы и средства обучения                        |
|-------|--------------------------------|---|
| 1.    | Понятие социального туризма    | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Источники финансирования       | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3.    | Социальное предпринимательство | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

##### Введение.

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

##### Вопросы к обсуждению:

1. Кадровое обеспечение социального туризма
2. Категории потребителей санаторно-курортных услуг
3. Основы этики общения с лицами, имеющими особые потребности
4. Правила этикета при общении с инвалидами

### 1. Учебная дисциплина. РЕКРЕАЦИОННЫЙ ТУРИЗМ И СЕРВИС ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

#### 2. Тема практического (семинарского) занятия -

#### Раздел 2. Социальный туризм

#### Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

##### 3. Цели занятия.

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

#### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения                        |
|-------|---|---|
| 1.    | Санаторно-курортное лечение для льготных категорий граждан                          | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Инфраструктурные и географические аспекты специализации и специализированных санкур | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

Введение.

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

#### **Вопросы к обсуждению:**

1. Методы взаимодействия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов
2. Понятие туротерапия. Особенности участия лиц с ОВЗ в туристских мероприятиях.
3. Социально-психологические проблемы туристов с ограниченными возможностями при подготовке туристических мероприятий и пути их решения.
4. Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ.

## **ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2**

### **Форма практического задания: кейс-задание.**

#### **Содержание кейс-задания.**

Провести обследование объекта по степени приспособленности для инвалидов объектов городской инфраструктуры, заполнить анкету доступности для инвалидов общественных зданий. На основании заполненной анкеты доступности с использованием формируется паспорт доступности объекта. Итогом выполнения кейс-задания является – разработка рекомендаций для администрации объекта (собственников, правообладателей) по повышению комфортности пребывания лиц с ОВЗ при посещении объекта (получении услуги). В качестве объекта выступает:

1. Санаторно-курортный комплекс
2. Санаторий
3. Профилакторий

В ходе обследования определяются:

- соответствие параметров элементов объекта и функциональных зон, обеспечивающих условия его доступности и предоставляемых услуг для инвалидов всех категорий условиям доступности, в том числе при оказании помощи инвалиду сотрудниками объекта или сопровождающим;
- рекомендации по адаптации основных функциональных зон объекта с последующим занесением этих данных в паспорт доступности объекта;
- разрабатывается план мероприятий по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и услуг (дорожная карта).

Кроме того, определяется порядок сопровождения инвалидов с тяжелыми ограничениями в передвижении и ориентации и оказания им помощи в преодолении препятствий для обеспечения получения услуги (услуг) и помощи в чрезвычайных ситуациях. В соответствии с установленным порядком сопровождения вносятся изменения в административный регламент в части организации работы по обеспечению доступности услуг, сопровождению инвалидов и оказанию им необходимой помощи в преодолении препятствий; в должностные инструкции лиц, назначенных за ответственными за организацию работы по обеспечению доступности объектов и услуг, за сопровождение инвалидов и оказание им необходимой помощи.

### ***Методические материалы по выполнению практического задания***

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

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

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

### ***Критерии оценки практического задания:***

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

### ***Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):***

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля –**

компьютерное тестирование

1. Что в первую очередь необходимо учитывать при организации туристического лагеря, оздоровительной направленности для лиц с поражением опорно-двигательного аппарата (колясочники)?

2. Выберите один ответ:

- a. санитарно – гигиеническую обстановку местности,
- b. доступность среды,
- c. назначения лечащего врача,
- d. спортивные навыки контингента

Какой вид туризма нельзя выделить, в зависимости от возрастной категории туристов?

Выберите один ответ:

- a. молодёжный
- b. детский
- c. лиц четвёртого возраста
- d. лиц среднего возраста

3. Формы организации туристических мероприятий на природе для лиц с отклонениями в состоянии здоровья:

Выберите один ответ:

- a. многодневный поход спортивной физкультурно-спортивной направленности, туристический слет,
- b. сплав по реке, многодневный поход спортивной направленности, туристический слет,
- c. поход выходного дня, многодневный поход рекреационной направленности, оздоровительный туристический лагерь,
- d. оздоровительный семинар, туристический слет, многодневный поход спортивной направленности

4. Для удобства пребывания и передвижения инвалидов вокзалы должны быть оборудованы:

Выберите один ответ:

- a. пандусами;
- b. грузопассажирскими лифтами для инвалидов в коляске с сопровождающими лицами;
- c. местами для инвалидных колясок в зале ожидания; специальными столиками в буфетах, кафе, ресторанах, с учетом размера колясок;
- d. специальными кабинами в общественных туалетах;
- e. всем.

5. Что из перечисленного ниже относится к правилу работы с людьми, испытывающим затруднения в речи?

Выберите один ответ:

- a. понимайте, что затруднение в речи — чаще всего показатель низкого уровня интеллекта;
- b. человек, испытывающий затруднения в речи, скорее всего, плохо вас понимает;

- c. постарайтесь поменьше общаться с людьми, которым трудно говорить, потому что вам будет трудно их понять;
- d. старайтесь задавать вопросы, которые требуют коротких ответов или кивков.

1. Каким документом установлены права инвалидов во всем мире:

Выберите один ответ:

- a. Конституция РФ;
- b. Конвенция о правах инвалидов;
- c. Всеобщая декларация прав человека.

2. Разумное приспособление:

Выберите один ответ:

- a. это обязанность предоставлять инвалидам возможность пользоваться на вокзалах залом повышенной комфортности для официальных делегаций;
- b. это обязанность приспособить для инвалидов с учетом имеющихся у них ограничений жизнедеятельности помещения организации путем оборудования их пандусами, широкими дверными проемами, надписями шрифтом Брайля, и т.п.;
- c. это обязанность для обеспечения доступности инвалидов полностью реконструировать здание XVI в., которое является памятником архитектуры.

3. Инвалидом в российском правовом поле считают в соответствии с Федеральным законом «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» от 24.11.1995 №181-ФЗ:

Выберите один ответ:

- a. лицо, у которого выявлено тяжелое заболевание;
- b. лицо, которое имеет определенные проблемы жизнедеятельности;
- c. лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты.

4. Что из перечисленного не входит в содержание критерия доступности для инвалидов зданий и сооружений через изложение ряда соответствующих ему требований (п. 5.2 свода правил по проектированию и строительству СП 31-102-99):

Выберите один ответ:

- a. возможность избежать травм, ранений, увечий, излишней усталости и т. п. из-за свойств архитектурной среды зданий;
- b. возможности беспрепятственно достигнуть места обслуживания и воспользоваться предоставленным обслуживанием;
- c. беспрепятственного движения по коммуникационным путям, помещениям и пространствам;
- d. возможности своевременно воспользоваться местами отдыха, ожидания и сопутствующего обслуживания.

5. В аэропорту инвалидам предоставляются следующие бесплатные услуги:

Выберите один ответ:

- a. сопровождение и помощь при перемещении по территории аэропорта;
- b. горячее питание в период ожидания посадки на самолет;
- c. услуги интернет-кафе.

### ***Методические материалы по выполнению тестирования.***

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

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

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

### ***Критерии оценки теста:***

*«Зачтено»* - если обучающийся правильно выполнил не менее  $2/3$  всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

*«Не зачтено»* - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее  $2/3$  всей работы.



## УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

### Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме Тема 1.1. Особые потребности потребителей туристских услуг Иллюстрации:

#### Нозологическая классификация

1. Болезнь лучевая.
2. Заболевания глаз.
3. Заболевания инфекционные.
4. Заболевания кожи.
5. Заболевания молочных желез.
6. Заболевания нервной системы.
7. Заболевания опорно-двигательного аппарата и соединительной ткани.
8. Заболевания органов ЖКТ и гепатобилиарной зоны.
9. Заболевания органов кроветворения.
10. Заболевания органов респираторной системы.
11. Заболевания органов слуха.
12. Заболевания полости рта.

Источник: <https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg>



Источник: <https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/4/4B9XiLJZV8M5aRojP6fdEYHGIVEkwQg7lAzCpx/slide-3.jpg>

#### Особые условия для лиц в ОВЗ

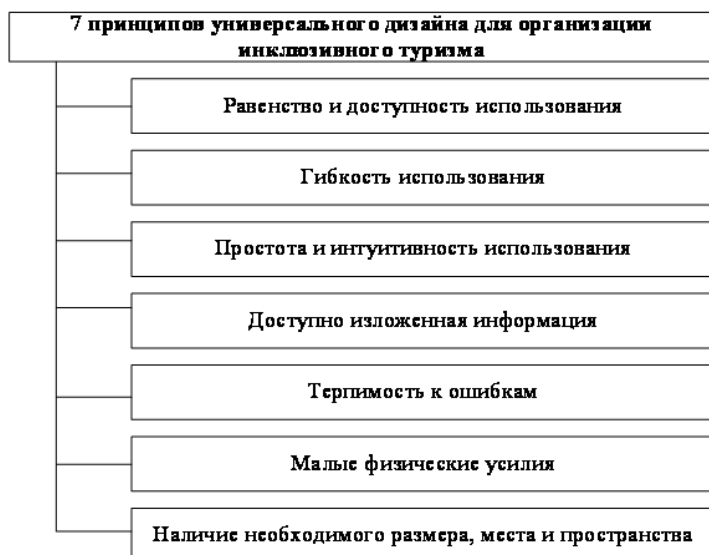
|  |  |
|--|--|
| Для глухих и слабослышащих                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• звукоусиливающая аппаратура;</li><li>• наличие ассистента-сурдопереводчика</li></ul>   |
| Для слепых   | <ul style="list-style-type: none"><li>• ЭМ и письменная экзаменационная работа оформляются шрифтом Брайля;</li><li>• возможность выполнения экзаменационной работы на ПК;</li><li>• возможность сдать ГВЭ в устной форме</li></ul> |
| Для слабовидящих                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• ЭМ копируются в увеличенном размере;</li><li>• наличие увеличительного устройства в аудитории;</li><li>• индивидуальное освещение не менее 300 люкс</li></ul>                              |
| Для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата | <ul style="list-style-type: none"><li>• возможность выполнения экзаменационной работы на ПК;</li><li>• возможность сдать ГВЭ в устной форме</li></ul>  |

Источник: <https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg>



**Рис. Запрещающий знак для передвижения инвалидов на коляске.** *Источник:* [https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient\\_osobymi\\_potrebnostyami\\_turistskih\\_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455](https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient_osobymi_potrebnostyami_turistskih_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455)

## Тема 1.2. Развитие инклюзивного туризма для лиц с особыми потребностями Иллюстрации:



**Рис.1. Принципы универсального дизайна в инклюзивном туризме** *Источник:* <https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120>

### Сводная таблица качества жизни для людей с ограниченными возможностями здоровья за рубежом [13]

| Наименование страны | Доля лиц с ОВЗ | Характеристика   |
|---------------------|----------------|--|
| Финляндия           | 32,2 % [21]    | 1. Оборудование элементами доступной среды более 70% зданий и сооружений;<br>2. Обслуживание, реконструкция жилья для лиц с ОВЗ, переселение в дома, предназначенные для маломобильных групп;<br>3. Определение на законодательном уровне о необходимости проектирования зданий с элементами доступной среды;<br>4. Оснащение беспрепятственным доступом к социально-культурным объектам показа;<br>5. Организация движения, перевозка лиц с ОВЗ, бесплатный общественный транспорт. |
| Германия            | 23 % [10]      | 1. Адаптация 70% транспортной сети для инвалидов-  |

|                |             |   |
|----------------|-------------|---|
|                |             | колясочников;<br>2. Оборудование жилых домов элементами доступности (планировка, лифты, коридоры);<br>3. Оборудование элементами доступности мест досуга и отдыха;<br>4. Адаптированы туристические маршруты, пляжи для передвижения на колясках. |
| Великобритания | 27,2 % [21] | 1. Проектирование и строительство частных жилых домов с учетом требований доступности для лиц с ОВЗ с 2000г.<br>2. Запрещено отказывать в обслуживании лицам с ОВЗ.   |
| Израиль        | 9 % [11]    | 1. Определение на законодательном уровне с 2005г. о необходимости оборудования учреждений и мест общественного пользования специальными приспособлениями и элементами доступной среды.  |

Источник: <https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120>

### Меры поддержки граждан с ограниченными возможностями [13]

| Наименование страны | Субсидии   | Дотации   |
|---------------------|--|---|
| Франция             | Субсидирование 6% рабочих мест на предприятиях, содействие самозанятости, предоставление социальное жилье в арендной форме.  | Улучшение жилищных условий, модернизация рабочих мест, техническое обслуживание, заработная плата |
| Финляндия           | Профессиональная реабилитация, переподготовка кадров, содействие занятости и профессиональному развитию для лиц с ОВЗ, жилье распространяются на постоянное арендное или собственное жилье, а также жилье с правом проживания. | Оплата жилья, оказание социальной помощи для лиц с ОВЗ.   |
| Германия            | Федеральная программа занятости предусматривает квоты как лиц с ОВЗ, так и субсидии работодателям их трудоустройства.  | Религиозные общины и церкви, содержащие дома для лиц с ОВЗ  |
| Израиль             | Пребывание в специальных центрах от социальных служб.  | Приобретение жилья, транспортных средств, среднее специальное образование                         |
| Великобритания      | Оплата ЖКХ, квотирование и резервирование рабочих мест для лиц с ОВЗ, компенсация налогов, уплаченных работодателем за маломобильных лиц.  | Оборудование, приобретение транспортного средства.  |

Источник: <https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120>

## Раздел 2. Социальный туризм

**Тема 2.1. Социальный туризм: основные понятия, его роль и значение в удовлетворении рекреационных потребностях граждан.**

**Иллюстрации:**



## Санаторно-курортное лечение и отдых

Это медицинская помощь, осуществляемая в профилактических, лечебных и реабилитационных целях на основе использования природных лечебных факторов в условиях пребывания на курорте, в лечебно-оздоровительной местности, в санаторно-курортных организациях.

**Цель:** сохранение и укрепление здоровья населения



Государство рассматривает санаторно-курортное дело как важнейшее звено в системе социальных мер по укреплению здоровья населения



<https://class-tour.com/wp-content/uploads/e/c/0/ec0503bf1005d98585af0782a27210d7.jpeg>

## Тема 2.2. Обеспечение санаторно-лечебными услугами клиентов с особыми потребностями

### Иллюстрации:

В СООТВЕТСТВИИ С ФЕДЕРАЛЬНЫМ ЗАКОНОМ ОТ 17.07.1999 №178-ФЗ «О ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ» ПРАВО НА ПОЛУЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ В ВИДЕ НАБОРА СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ ИМЕЮТ СЛЕДУЮЩИЕ КАТЕГОРИИ ГРАЖДАН:

- 01 Инвалиды, в том числе, дети-инвалиды
- 02 Инвалиды войны, участники Великой Отечественной войны, ветераны боевых действий и члены семей погибших (умерших) инвалидов войны, участников Великой Отечественной войны и ветеранов боевых действий
- 03 Военнослужащие, проходившие военную службу в воинских частях, учреждениях, военно-учебных заведениях, не входивших в состав действующей армии, в период с 22 июня 1941 года по 3 сентября 1945 года не менее шести месяцев, военнослужащие, награжденные орденами или медалями СССР за службу в указанный период
- 04 Лица, награжденные знаком «Жителю блокадного Ленинграда»
- 05 Лица, работавшие в период великой отечественной войны на объектах противовоздушной обороны, местной противовоздушной обороны, на строительстве оборонительных сооружений, военно-морских баз, аэродромов и других военных объектов в пределах тыловых границ действующих фронтов, операционных зон действующих флотов, на прифронтовых участках железных и автомобильных дорог, а также члены экипажей судов транспортного флота, интернированных в начале Великой Отечественной войны в портах других государств
- 06 Бывшие несовершеннолетние узники концлагерей, гетто и других мест принудительного содержания, созданных фашистами и их союзниками в период Второй мировой войны
- 07 Граждане, подвергшиеся воздействию радиации вследствие радиационных аварий и ядерных испытаний

### НАБОР СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ



### НАБОР СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ ГАРАНТИРУЕТ



<https://gp6tmn.ru/article/pamyatki--rekomendatsii>

Источник: <https://gp6tmn.ru/userfiles/images/pam565.jpg>

## 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**

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)**

**ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ  
ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ 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) «Формирование инклюзивной среды для лиц с ОВЗ в различных организациях и учреждениях индустрии 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 15.06.2017гг № 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: 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).....                              | 58 |
| КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 58 |
| 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 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   |
|---|---|
| <b>РАЗДЕЛ 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья</b> |   |
| <b>Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства</b>         | Виды нарушений функций организма, приводящие к инвалидности, и вызываемые ими ограничения способности осуществлять социально-бытовую деятельность. Понятие «инвалидность», категории, классификации по нозологии. Эволюция отношения государства и общества к лицам с ОВЗ. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Этика общения с инвалидами. Действия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению. Особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях. |
| <b>Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ</b>                            | Международные практики оказания услуг лицам с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства. Основные понятия, роль и значение   |

|   |   |
|---|---|
|   | инклюзивного туризма. Субъекты, обеспечивающие возможность услуг инклюзивного туризма. Понятие комфортных условий для путешествий туристов-инвалидов.   |
| <b>РАЗДЕЛ 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства</b>            |   |
| <b>Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве</b>   | Понятие доступной среды. Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Виды доступности среды; связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды.  |
| <b>Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма</b> | Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства. Технические средства обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг. Обеспечение доступности для лиц с ОВЗ пользования транспортом, услугами предприятий и организаций в сфере туризма и гостеприимства, услугами объектов общественного питания. Паспорт доступности. |

### ***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. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

##### **Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Ситуация с инклюзией за рубежом и в России.
2. Лица с нарушениями слуха. Жестовая и дактильная речь людей с нарушением слуха, особенности, правовые аспекты и этикет общения через переводчика.
3. Особенности письменной речи глухих и слабослышащих; дактильная речь слепоглухих.
4. Лица с нарушениями зрения. Использование тифлосредств при письменной коммуникации и коммуникации через интернет людьми с нарушением зрения.
5. Особенности устной речи при дизартрии у лиц с ДЦП и другими неврологическими заболеваниями.

##### **Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Лица с нарушениями речи. Особенности устной речи при наличии трахеостомы.
2. Оказание услуг лицам с задержкой психического развития, лица с умственной отсталостью, лицам со сложными нарушениями развития, лицам с ранним детским аутизмом, лицам с синдромом дефицита внимания и гиперактивностью.
3. Качество лиц с особыми потребностями.
4. Содержание здоровьесберегающих технологий.
5. Основные понятия адаптации и реабилитации как технологий здоровьесбережения.
6. Рекреационные услуги для лиц с ОВЗ.
7. Природа как основа туристско-рекреационных услуг с ОВЗ.
8. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов.

#### **Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства**

##### **Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Доступная информационная среда

2. Средства и технологии обеспечения доступности информации для людей с сенсорными нарушениями.
3. Средства и технологии обеспечения доступности информации для людей с сенсорными нарушениями.
4. История и современность туризма для лиц третьего возраста.
5. Правовые основы организации услуг для лиц с особыми потребностями в Российской Федерации.

**Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма**  
**Раздел 1. Клиенты с особыми потребностями в туризме**

**Вопросы для самоподготовки:**

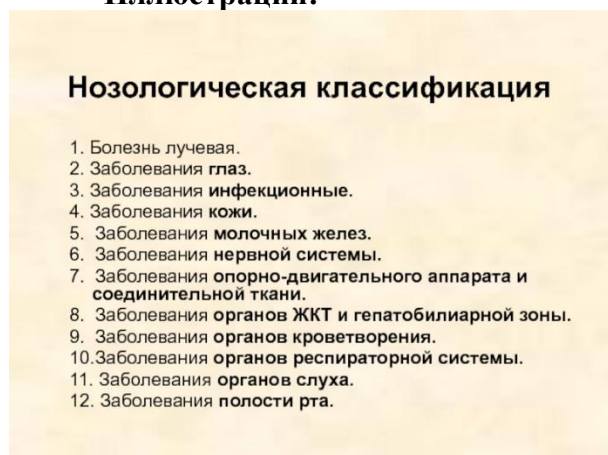
1. Комплексная оценка и проектирование пространств туристских центров на основе принципов безбарьерного туризма.
2. Инновационные технологии, оборудование для организации путешествий для лиц с ОВЗ.
3. Подготовка специалистов для работы в туризме и гостеприимстве в сегменте лиц с особыми потребностями
4. Нормы и правила установки знаков доступности.
5. Международный опыт организации путешествий и событий для лиц с ОВЗ.

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

**Раздел 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

**Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства**

**Иллюстрации:**



Источник: <https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg>



Источник:

<https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/4/4B9XiLJZV8M5aRojP6fdEYHGIVEkwQg7lAzCpx/slide-3.jpg>

| <b>Особые условия для лиц в ОВЗ</b>                       |  |
|---|--|
| <b>Для глухих и слабослышащих</b>                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• звукоусиливающая аппаратура;</li><li>• наличие ассистента-сурдопереводчика</li></ul>   |
| <b>Для слепых</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• ЭМ и письменная экзаменационная работа оформляются шрифтом Брайля;</li><li>• возможность выполнения экзаменационной работы на ПК;</li><li>• возможность сдать ГВЭ в устной форме</li></ul> |
| <b>Для слабовидящих</b>                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• ЭМ копируются в увеличенном размере;</li><li>• наличие увеличительного устройства в аудитории;</li><li>• индивидуальное освещение не менее 300 люкс</li></ul>                              |
| <b>Для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• возможность выполнения экзаменационной работы на ПК;</li><li>• возможность сдать ГВЭ в устной форме</li></ul>  |

Источник: <https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg>



**Рис. Запрещающий знак для передвижения инвалидов на коляске.** Источник: [https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient\\_osobymi\\_potrebnostyami\\_turistskih\\_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455](https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient_osobymi_potrebnostyami_turistskih_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455)

**Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ**  
**Иллюстрации:**





Рис.1. Принципы универсального дизайна в инклюзивном туризме *Источник:* <https://Ieconomic.ru/lib/117194?ysclid=1h2hhz5v3n502218120>

**Сводная таблица качества жизни для людей с ограниченными возможностями здоровья за рубежом [13]**

| Наименование страны | Доля лиц с ОВЗ | Характеристика   |
|---------------------|----------------|--|
| Финляндия           | 32,2 % [21]    | 1. Оборудование элементами доступной среды более 70% зданий и сооружений;<br>2. Обслуживание, реконструкция жилья для лиц с ОВЗ, переселение в дома, предназначенные для маломобильных групп;<br>3. Определение на законодательном уровне о необходимости проектирования зданий с элементами доступной среды;<br>4. Оснащение беспрепятственным доступом к социально-культурным объектам показа;<br>5. Организация движения, перевозка лиц с ОВЗ, бесплатный общественный транспорт. |
| Германия            | 23 % [10]      | 1. Адаптация 70% транспортной сети для инвалидов-колясочников;<br>2. Оборудование жилых домов элементами доступности (планировка, лифты, коридоры);<br>3. Оборудование элементами доступности мест досуга и отдыха;<br>4. Адаптированы туристические маршруты, пляжи для передвижения на колясках.   |
| Великобритания      | 27,2 % [21]    | 1. Проектирование и строительство частных жилых домов с учетом требований доступности для лиц с ОВЗ с 2000г.<br>2. Запрещено отказывать в обслуживании лицам с ОВЗ.  |
| Израиль             | 9 % [11]       | 1. Определение на законодательном уровне с 2005г. о необходимости оборудования учреждений и мест общественного пользования специальными приспособлениями и элементами доступной среды.   |

*Источник:* <https://Ieconomic.ru/lib/117194?ysclid=1h2hhz5v3n502218120>

**Меры поддержки граждан с ограниченными возможностями [13]**

| Наименование страны | Субсидии | Дотации |
|---------------------|----------|---------|
|---------------------|----------|---------|

|                |  |   |
|----------------|--|---|
| Франция        | Субсидирование 6% рабочих мест на предприятиях, содействие самозанятости, предоставление социальное жилья в арендной форме.  | Улучшение жилищных условий, модернизация рабочих мест, техническое обслуживание, заработная плата |
| Финляндия      | Профессиональная реабилитация, переподготовка кадров, содействие занятости и профессиональному развитию для лиц с ОВЗ, жилье распространяются на постоянное арендное или собственное жилье, а также жилье с правом проживания. | Оплата жилья, оказание социальной помощи для лиц с ОВЗ.   |
| Германия       | Федеральная программа занятости предусматривает квоты как лиц с ОВЗ, так и субсидии работодателям их трудоустройства.  | Религиозные общины и церкви, содержащие дома для лиц с ОВЗ  |
| Израиль        | Пребывание в специальных центрах от социальных служб.  | Приобретение жилья, транспортных средств, среднее специальное образование                         |
| Великобритания | Оплата ЖКХ, квотирование и резервирование рабочих мест для лиц с ОВЗ, компенсация налогов, уплаченных работодателем за маломобильных лиц.  | Оборудование, приобретение транспортного средства.  |

Источник: <https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120>

## Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

### Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве

#### Иллюстрации:



<https://dsprus.ru/upload/medialibrary/%D0%94%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D0%B8%D0%BD%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B4%D0%BE%D0%B2.jpg>



**Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма**  
**Иллюстрации:**



<https://i.ytimg.com/vi/LGguW9Ue0fw/maxresdefault.jpg>

## Паспорт доступности объекта социальной инфраструктуры

| Основные зоны на объекте                             |  |  |  |  |
|--|---|---|---|---|
| Входная группа и пути движения к зоне оказания услуг | Доступно  | Доступно  | Доступно  | Доступно условно  |
| Зона оказания услуг                                  | Доступно  | Доступно  | Доступно условно  | Доступно условно  |
| Санитарно-гигиеническое помещение                    | Доступно условно  | Доступно  | Доступно  | Доступно условно  |

\* Доступно условно - требуется помощь сотрудника

Источник:

[https://yandex.ru/images/search?pos=3&from=tabbar&img\\_url=http%3A%2F%2Fcnkid.ru%2Fnovosti%2Fiv\\_pic.jpg&text=%D0%BF%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82+%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8&rpt=simage&lr=10740](https://yandex.ru/images/search?pos=3&from=tabbar&img_url=http%3A%2F%2Fcnkid.ru%2Fnovosti%2Fiv_pic.jpg&text=%D0%BF%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82+%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8&rpt=simage&lr=10740)

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Формирование инклюзивной среды для лиц с ОВЗ в различных организациях и учреждениях индустрии туризма» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, 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 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 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. 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 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:

| <b>Вид учебного действия</b> | <b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b> |
|------------------------------|--|
| академическая активность     | 10   |
| практические задания         | 40   |

|   |           |
|---|-----------|
| <i>из них: текущие практические задания</i> | 20        |
| <i>итоговое практическое задание</i>        | 20        |
| рубежи текущего контроля                    | 30        |
| <b>ИТОГО:</b>                               | <b>80</b> |

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 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:

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Рубежный рейтинг</b> | <b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b> |
|-------------------------|--|

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| 19-20<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>баллов  | обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания  |
| 0 рейтинговых<br>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. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

**2. Тема лекционного занятия.**

**Раздел 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

**Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства**

**3. Цели занятия.**

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

**4. Структура лекционного занятия.**

| № п/п | Содержание (кратко)                     | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1.    | Инвалидность по нозологиям              | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 2.    | Особенности обслуживания туристов с ОВЗ | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

**5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.**

**Введение.**

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства

Текст лекции.



## Нозологические группы инвалидности

Инвалидность, если исходить из разнообразия нарушений физического или психического здоровья, понятие довольно объемное. Описать особенности людей с ограниченными возможностями, не используя специальной классификации, весьма сложно. Поэтому для организации помощи, адаптации и реабилитации (медицинской и социальной) принято разделять таких пациентов на определенные категории, называемые нозологические группы инвалидов (НГИ).

### Понятие нозологической группы инвалидности

НГИ подразумевает под собой классификацию, согласно которой люди с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) подразделяются на категории, характеризующие их отклонение. Понятие состоит из двух слов, то есть это производное от «нозология» или наука о болезнях (в переводе с древнегреческого νόσος «болезнь» + λόγος «учение, слово») и инвалид (от латинского in – «не» + validus – «сильный»).

Под термином инвалидность подразумевается состояние человека, характеризующееся физическими, психическими, интеллектуальными или сенсорными отклонениями, ведущими к нарушению либо ограничению его жизнедеятельности. Нозология, в свою очередь, полностью описывает заболевание – его отличие от здоровья, причины и механизмы возникновения, особенности типичных проявлений и поражения органов, а также выздоровления и смерти.

Из всего вышеописанного следует, что нозологическая группа инвалидов – это совокупность людей, имеющих схожие признаки патологии или родственные заболевания. Кроме того, при работе с такими пациентами обязательно следует учитывать и классификацию инвалидности по тяжести проявлений, что является важным при разработке терапевтических и социально-адаптивных мероприятий для них.

В медицинской практике людей с ОВЗ принято разделять на 2 основные группы и 3, отличающиеся по степени выраженности присутствующей симптоматики. Так, к первым двум относятся врожденная инвалидность, причиной которой стало аномальное развитие плода в утробе матери либо родовая травма, и приобретенная – возникшая после рождения на фоне повреждения или заболевания.

ВТЭК или врачебно-трудовая экспертная комиссия у взрослых выделяет 3 следующие группы: 1-я – устанавливается больным, абсолютно утратившим трудоспособность, и нуждающимся в постоянном уходе;

2-я – присваивается пациентам с менее тяжелым состоянием, способных себя обслуживать, но не имеющих возможности осуществлять трудовую деятельность в стандартных производственных условиях;

3-я – устанавливается людям, которые в состоянии работать в обычных производственных условиях в их облегченном варианте.

Ограничения функциональности инвалидов принято разделять по категориям, связанным с отклонениями деятельности той или иной системы. К ним относятся нарушения:

двигательной (статодинамической) функции;

сенсорной – зрения, обоняния, слуха, осязания;

психической – мышления, восприятия, памяти, внимания, речи, воли и эмоций;

кровообращения, дыхания, выделения, обменных процессов, пищеварения и внутренней секреции.

Важно! Все особенности и разграничения инвалидности следует учитывать как для взрослых при трудовой или адаптивной деятельности, так и для детей при обучении или социализации, чтобы не привести в будущем к усугублению состояния.

Данное деление инвалидов на различные группы является одним из самых емких и потому обширных. Благодаря ему, врач, увидев такую пометку в любом бланке, может получить приблизительную картину состояния пациента на текущий момент.

## Нарушение зрения

Эта патология относится к сенсорным отклонениям, и является одной из основных разновидностей заболеваний, способных стать причиной получения группы инвалидности. По степени нарушения зрения выделяют несколько категорий пациентов:

Слепые – больные с абсолютной потерей зрительных ощущений либо люди со светоощущением, то есть они неспособны видеть очертания объектов, а имеют возможность различать лишь присутствие света. Такая группа пациентов, в свою очередь, классифицируется на две степени: 1 – полная утрата зрительной функции и 2 – практическая слепота со светоощущением, и способностью видеть силуэты объектов.

Слабовидящие – инвалиды, которым качество зрения дает возможность различать объекты, но при этом нечетко видеть их контуры.

**Инвалидная трость**

Потеря зрения оказывает негативное влияние на большинство функций организма

Снижение качества зрения, в большинстве случаев сопровождается нарушением формирования пространственных образов, осуществления саморегуляции и самоконтроля, а также ухудшением точности движений тела и его координации. Кроме этого, отмечается изменение осанки, появление плоскостопия, и нередко слабость дыхательных мышц.

Сопутствующими патологиями при нарушении зрения, как правило, являются неврозы, болезни органов сердечно-сосудистой и дыхательной системы, и расстройства метаболических процессов. И также может наблюдаться снижение слуха, общее недоразвитие речевой функции, быстрая утомляемость, ДЦП (детский церебральный паралич) и иногда ММД (минимальная мозговая дисфункция).

Факт! И. М. Сеченов утверждал, что двигательная согласованность рук и глаз человека формируется в детстве. «Рука выполняет функцию хватательного орудия, и при отсутствии зрительного руководства таким орудием служить не может».

**Патологии слуха**

**Инвалидность по слуху** **Инвалидность при тугоухости**

Инвалиды со снижением качества слуха бывают: глухие (полная утрата слуховой функции) и слабослышащие. Глухие лишены речи – это пациенты с врожденным отсутствием данного сенсора либо утратившие его в раннем детстве.

К глухим, но при этом имеющим речь в определенной степени, относятся пациенты, потерявшие слух в более позднем возрасте. Вследствие врожденной утраты слухового сенсора довольно часто развиваются патологические изменения функционирования вестибулярного аппарата, пространственной ориентации, ухудшается осанка. Кроме этого, формируется глухонмота и задержка в развитии способности к прямостоянию.

На фоне подобных нарушений, как вторичные патологии отмечаются психические отклонения – отставание функции мышления, проблемы с общением, скудность эмоций и плохая память. Слабослышащие, или люди с частичной утратой слуховой возможности, но при этом сохранившие речь, не испытывают трудностей, связанных со снижением умственных способностей.

**Нарушение интеллекта**

В основе признаков данной группы лежит недоразвитие различных аспектов психической функции: познавательных процессов, потребностно-мотивационной, эмоционально-волевой сферы и т. д. Ведущая роль в отклонениях психики отводится задержке развития познавательной способности, типичной характеристикой которой считается умственная отсталость.

Интеллектуальная отсталость – это неполноценное формирование психических процессов либо их задержка, что в основном проявляется снижением способностей, характерных для определенного периода созревания. К ним относятся социальные, когнитивные, речевые и моторные способности, которые в результате составляют базовый фундамент личности, и дают возможность для дальнейшего развития.

У человека с патологическими отклонениями умственного развития практически всегда наблюдается расстройство познавательной активности. Снижается скорость и интенсивность нервных процессов, качество высших психических функций, а также нарушается аналитико-синтетическая деятельность. На фоне данных отклонений нередко формируется дисплазия (патологическое изменение клеток).

Начинаются проблемы с костной тканью, осанкой, развивается деформация скелета, стоп, что, в общем, характеризуется как физическая дисгармоничность сопровождающаяся нарушением координации движений. Кроме этого, у таких пациентов отмечаются прочие сенсорные аномалии, заболевания внутренних органов, врожденные пороки сердца и эндокринные патологии.

У детей с умеренной формой умственной отсталости в 90–100% наблюдается моторная недостаточность, страдает темп, точность и согласованность движений. Они неуклюжи, медлительны, и имеют недостаточно сформированные механизмы бросков, бега и прыжков.

Причины нарушения звукопроизношения

Изменения со стороны опорно-двигательного аппарата (ОДА)

Заболевания ОДА, способных привести к получению группы инвалидности, подразделяют на три вида:

Патологии нервной системы – полиомиелит, ДЦП.

Врожденные аномалии – вывих бедра, кривошея, артрогрипоз (врожденное уродство). Деформации и дефекты верхних и нижних конечностей – косолапость, аномалии развития пальцев стопы и кисти.

Приобретенные болезни и повреждения – патологические изменения в результате травмы головного или спинного мозга, рук, ног, патологии конечностей, полиартрит, системные болезни скелета.

У пациентов с группой инвалидности по нарушению функционирования ОДА ведущим является дефект данной системы – недоразвитие, патология либо потеря тех или иных двигательных способностей. При заболеваниях ОДА церебрального происхождения, происходит снижение опороспособности, нарушение равновесия, координации, ориентировки в пространстве, вертикальной позы, макро- и микромоторики.

Зачастую диагностируется остеохондроз, остеопороз, контрактуры, мышечная гипотрофия и дисгармоничность физического развития. Кроме этого, присоединяются заболевания дыхательной и сердечно-сосудистой системы, а также патологии внутренних органов. Нередко отмечается снижение качества зрения, слуха и интеллекта, что в результате ведет к низкой работоспособности.

При патологиях ОДА спинального происхождения диагностируется частичная либо абсолютная потеря чувствительности, движений, расстройство функционирования органов таза. Развиваются вегетативные дисфункции, образуются пролежни. Достаточно часто возникает остеопороз.

При поражении верхнего отдела (шейного) наблюдаются дыхательные и ортостатические нарушения. Развитие вялого паралича сопровождается мышечной атрофией, спастического – снижением подвижности суставов, появлением контрактур, повышением мышечного тонуса.

При патологиях ОДА в результате врожденных пороков либо ампутации утрачивается нормальная опороспособность и ходьба (при потере ног), осанка, координация движений, а также способность поддержания вертикальной позы. Зачастую при таких изменениях отмечается уменьшение сосудистого русла и массы тела.

В целом данные патологии сопровождаются дегенеративными изменениями костной и нервно-мышечной ткани, расстройством регуляторных механизмов, контрактур. Возникают дисфункции дыхания, кровообращения, пищеварения обменных процессов, в результате чего снижается работоспособность. Кроме всего вышперечисленного, нередко присутствуют фантомные боли, доставляющие значительный дискомфорт пациентам.

Одним из видов поражения ОДА, ведущих к инвалидности являются насильственные движения или произвольные двигательные реакции (к примеру, тремор верхних

конечностей). Они создают большие помехи для выполнения произвольных движений, и затрудняют овладение многими навыками двигательного аппарата.

Инвалид на работе

Читайте также:

Степени ограничения при инвалидности 3 группы

Нарушение речи

Речь – одна из самых важных социальных функций человека, осуществление которой обусловлено слаженной деятельностью головного мозга и множеством периферических нервов лица. В ее обеспечении, а также осуществлении чтения и письма, задействованы четыре анализатора: зрительный, слуховой, кинестетический и двигательный.

Для этого сложного процесса очень важна сохранность работоспособности всех участвующих мышц (гортани, челюстей, языка, неба), а также состояние рта, глотки и придаточных пазух носа, так называемых резонаторных полостей. Не менее значимым является координация дыхания и возможность качественного произношения.

Речевые механизмы являются сложной и многоуровневой организацией, и изменение на любом участке данной цепи может привести к утрате либо снижению качества функции. Факторы, обуславливающие речевые аномалии, могут быть следующими:

наследственная предрасположенность;

генетические изменения;

внутриутробная патология;

неблагоприятное родоразрешение;

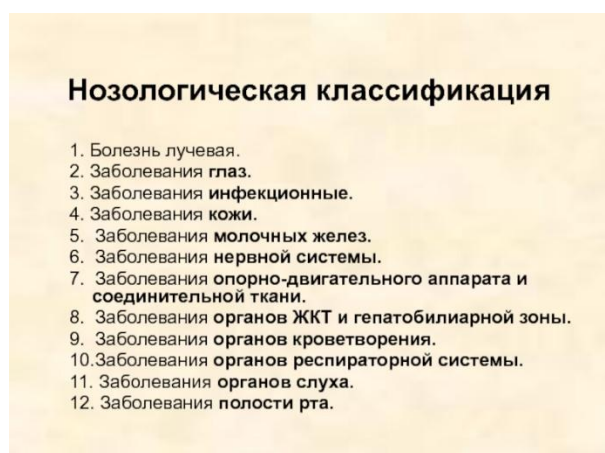
заболевания первых лет жизни.

Речь может нарушаться как устная, так и письменная, причем сопровождаться подобными изменениями могут патологиями зрения, слуха, интеллекта или ОДА. В зависимости от присутствующих сочетаний нередко возникают характерные виды общего недоразвития индивида. Присутствие различных форм речевых нарушений дает возможность сделать вывод об умственной отсталости человека.

Разнообразие и сочетание патологий, ведущих к инвалидности, к сожалению, очень велико, но благодаря данной классификации специалистам ВТЭК и другим врачам гораздо проще выделять основное заболевание у того или иного пациента. Это позволяет найти более быстрый и доступный способ организации медицинской помощи таким больным, а также их реабилитации и адаптации к повседневной

*Источник:* [https://invalidu.c](https://invalidu.com/raznoe/nozologicheskie-gruppy-invalidnosti?ysclid=lh2htzoof2315235330)  
[om/raznoe/nozologicheskie-gruppy-](https://invalidu.com/raznoe/nozologicheskie-gruppy-invalidnosti?ysclid=lh2htzoof2315235330)

[om/raznoe/nozologicheskie-gruppy-](https://invalidu.com/raznoe/nozologicheskie-gruppy-invalidnosti?ysclid=lh2htzoof2315235330)



*Источник:* <https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg>



Источник: <https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/4/4B9XiLJZV8M5aRojP6fdEYHGIVEkwQg7lAzCpx/slide-3.jpg>

| <b>Особые условия для лиц в ОВЗ</b>                       |  |
|---|--|
| <b>Для глухих и слабослышащих</b>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• звукоусиливающая аппаратура;</li> <li>• наличие ассистента-сурдопереводчика</li> </ul>  |
| <b>Для слепых</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ЭМ и письменная экзаменационная работа оформляются шрифтом Брайля;</li> <li>• возможность выполнения экзаменационной работы на ПК;</li> <li>• возможность сдать ГВЭ в устной форме</li> </ul> |
| <b>Для слабовидящих</b>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ЭМ копируются в увеличенном размере;</li> <li>• наличие увеличительного устройства в аудитории;</li> <li>• индивидуальное освещение не менее 300 люкс</li> </ul>                              |
| <b>Для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• возможность выполнения экзаменационной работы на ПК;</li> <li>• возможность сдать ГВЭ в устной форме</li> </ul>   |

Источник: <https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg>

## Клиент с особыми потребностями в туристских услугах

«Иногда совесть не велит нам делать то, что разрешает закон».

Сенека,

римский философ-стоик

Цель параграфа — изучить потребности отдельных групп потребителей туристских услуг, влияющих на характер социального взаимодействия в туристском обслуживании.

Задачи параграфа:

- 1) изучить клиентов имеющих особые потребности в туристских услугах в связи с психосоматическими и физическими нарушениями;
- 2) рассмотреть ключевые потребности разных групп потребителей туристских услуг, включая инвалидов;
- 3) определить понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах»;
- 4) обеспечить контроль достигнутых результатов при помощи вопросов проверочного характера;
- 5) определить возможность расширения и углубления знаний по изучаемой тематике.

### Дефиниции и примеры из практики туризма и гостеприимства

При изучении потребностей отдельных групп потребителей туристских услуг, могут возникать проблемы взаимодействия с лицами имеющими ограничение жизнедеятельности (инвалидами) и в ряде случаев создаются условия, при которых туристская услуга остается недостижимой.

Нарушения психосоматических функций, таких как психические, сенсорные, статодинамической функции, функции кровообращения, дыхания, пищеварения, выделения, обмена веществ и энергии, внутренней секреции приводят к ограничению жизнедеятельности,

неспособности индивидуумом потреблять отдельные виды услуг, выполнять социальные функции, которые ему предписаны его социальным статусом.

Устранить препятствия, связанные с психосоматическими проблемами, или адаптировать к ним туриста можно путем создания условий обеспечивающих адекватное функционирование его органов и систем. Для обеспечения процесса потребления туристских услуг следует своевременно предусмотреть возможность проявления психосоматических нарушений, определить специфику предполагаемой услуги и обеспечить соответствующими условиями туристскую дестинацию, включая наличие специально подготовленных работников сферы обслуживания. Психосоматические ограничения могут быть во многом нивелированы, если в туристский продукт будет включено медико-психологическое обеспечение туристской услуги для своевременной коррекции психофизиологического статуса туриста.

Туризм как современный социальный институт не может игнорировать проблему инвалидности и не решать вопросы, связанные с предоставлением туристских услуг многочисленной категории населения. В условиях возрастания числа инвалидов разработка стратегии развития туристской отрасли, направленной на обеспечение действительного равенства возможностей предоставления населению услуг маломобильным группам населения, становится одной из важных задач туристского бизнеса.

Лица, имеющие ограничения жизнедеятельности (инвалидность) могут путешествовать, выезжать в места отдыха, лечения или реабилитации. И потому специалисты сферы обслуживания, в том числе туроператоры, должны быть готовы к тому, что им придется иметь дело не только со здоровыми людьми, но и с людьми, которые страдают теми или иными болезнями, быть знакомыми с проявлением подобных болезней, чтобы обеспечить им соответствующие условия на всех уровнях туристской индустрии.

Для правильной интерпретации содержания параграфа необходимо знание следующих понятий.

**Инвалид** — лицо, имеющее нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты.

**Ограничение жизнедеятельности** — отклонение от нормы деятельности человека вследствие нарушения здоровья, которое характеризуется ограничением или отсутствием способности выполнять определенный комплекс интегрированной деятельности, в том числе осуществлять самообслуживание, передвижение, ориентацию общения, контроль за своим поведением, обучение и трудовую деятельность.

**Социальная интеграция** — участие инвалидов в жизни общества наравне со здоровыми людьми.

**Клиент с особыми потребностями в туристских услугах** — это лицо, которое имеет нарушение в структурах и функциях организма и при отсутствии доступности окружающей среды, не может воспользоваться наравне с другими инклюзивным туризмом.

В Конвенции о правах инвалидов (2007), инвалидность рассматривается как «эволюционирующее понятие, которое является результатом взаимодействия между людьми с нарушением здоровья и общественными и средовыми барьерами, что мешает их полному и эффективному участию в жизни общества наравне с другими». Инвалидность сопровождает жизнь любого общества, и каждое государство формирует социальную и экономическую политику в отношении инвалидов<sup>[1]</sup>. Основу инвалидности составляет проявление различных видов и форм ограничений жизнедеятельности, детерминированных социальными условиями и потому возникновение проблем, связанных с затруднением общения при потреблении туристских услуг свидетельствует о социальной дискриминации инвалидов. Работники туризма должны осознавать, что ограничение каких-либо видов деятельности нарушает взаимоотношения в обществе и становится причинно-детерминирующим фактором особого образа жизни, поведения, появления особых потребностей в различных сферах жизнедеятельности. Нарушение взаимоотношений человека в обществе приводит к

социальной дезинтеграции и невозможностью пользоваться благами цивилизации, в том числе и услугами туризма.

Проявление различных видов и форм ограничений жизнедеятельности составляет основу инвалидности.

В соответствии с российским законодательством инвалид — лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты<sup>[2]</sup>.

Инвалидность приводит к потере основных показателей жизнедеятельности человека и ограничивает следующие способности:

? самообслуживание;

- ? самостоятельное удовлетворение основных физиологических потребностей, осуществление повседневной бытовой деятельности и соблюдение личной гигиены;
- ? самостоятельное передвижение в пространстве, преодоление препятствий, сохранение равновесия тела в рамках выполняемой бытовой, общественной, профессиональной деятельности;
- ? обучение;
- ? восприятие и воспроизведение знаний (общеобразовательных, профессиональных и др.), овладение навыками и умениями (социальными, культурными и бытовыми);
- ? трудовая деятельность;
- ? осуществление деятельности в соответствии с требованиями к содержанию, объему и условиям выполнения работы;
- ? ориентация;
- ? ориентация во времени и пространстве;
- ? общение;
- ? установление контактов между людьми путем восприятия, переработки и передачи информации;
- ? контроль своего поведения;
- ? осознание себя и адекватное поведение с учетом социально-правовых норм.

Как уже говорилось выше, снижение тех или иных способностей нарушают общепринятые взаимоотношения в обществе и могут стать причиной, порождающей особые потребности в процессе потребления туристского продукта. Особые потребности возникают в связи с невозможностью получения туристской услуги в условиях инклюзивного туризма наравне со всеми. Одной из причин, приводящей к особым потребностям в туристских услугах являются психосоматические (медико-физиологические) нарушения функций и структур органов и систем организма.

Нарушение основных функций организма снижает активность и участие индивидуума в повседневной деятельности, а также может затруднить свободный доступ потребления туристских услуг.

Потребители с подобными нарушениями, получающие туристские услуги в структуре доступного для всех инклюзивного туризма, предъявляют специфические требования к туристскому обслуживанию, в противном случае создаются условия, при которых туристская услуга остается недостижимой. Наличие ограничений жизнедеятельности предполагает адаптивные условия сопровождения туристской услуги для создания равных нрав при потреблении туристского продукта.

Под нарушениями понимается утрата или отклонение в частях или функциях организма. Термины «нарушение» и «болезнь» в медицинской практике и туризме трактуются по-разному. Туристская практика рассматривает нарушения шире и масштабнее, чем расстройства или болезнь.

Например, утрата конечности — это нарушение структуры организма, но не болезнь. И подход к оказанию туристских услуг в таком случае будет разным: это будет или отношение к инвалиду как к больному с соответствующим выбором санаторно-курортного лечения, или

как к туристу, желающему путешествовать. Нарушения рассматриваются с точки зрения возможности привлечения лиц с ограничением жизнедеятельности к туризму путем создания адаптивных условий потребления туристской услуги.

С развитием цивилизации условия, создающие ограничения жизнедеятельности, обусловленные нарушениями на психосоматическом уровне, не уменьшаются. Более того, причины, приводящие к этому, имеют устойчивую тенденцию к прогрессированию. Все больше становится лиц с ограничениями жизнедеятельности в результате функциональных и структурных нарушений в органах и системах, вступающие в противоречие со средой обитания. Глобальные техногенные и экологические изменения повышают агрессивность среды обитания человека, приводят к нарушению его биологических и социальных связей, снижают адаптационные возможности. Многие нарушения возникают по причине несовершенства профилактических мер по предупреждению заболеваний, неэффективным лечением известных и вполне излечимых болезней, неадекватным медицинским и реабилитационным обслуживанием.

В последнее время во всем мире, включая Россию, по разным причинам, в том числе в связи с экологической неустойчивостью, появилось много новых редких (орфанных) болезней, приводящих к нарушению функций и структур организма. Многие заболевания встречаются довольно часто и широко известны. Это, например, болезнь Крона, мышечная дистрофия, лимфангиома, миуковисцидоз (кистозный фиброз), саркома костей и мягких тканей и др. заболевания. В список орфанных болезней в России внесено 230 заболеваний, при этом многие из заболевших являются пользователями туристских услуг с особыми потребностями.

Проведенный анализ особенностей оказания туристских услуг лицам с ограничением жизнедеятельности позволяет рассматривать туристов с психосоматическими (медико-физиологическими), психологическими и физическими отклонениями как клиентов с особыми потребностями в туристских услугах. Клиент с особыми потребностями в туристских услугах — это лицо, которое имеет нарушение в структурах и функциях организма и при отсутствии доступности окружающей среды, не может воспользоваться наравне с другими инклюзивным туризмом. Проявление особых потребностей таких туристов выражаются в желании получить равный доступ к туристской инфраструктуре и реализовать свои права на достойный безопасный отдых.

У туристов с ограничением жизнедеятельности потребности связаны с желанием реализовать свои права на отдых наравне с другими отдыхающими. Это потребности на первый взгляд могут показаться тривиальными, не столь значительными, но для них они могут быть психологически важными. Туристы со статодинамическими нарушениями в большей степени озабочены, к примеру, будут ли на пути следования туристской группы двери с широким проходом, чтобы они смогли проехать на своей коляске или медицинские структуры для получения необходимой медицинской помощи. Дискриминирующим отношением по отношению к инвалидам является и запрет на возможность передвижения на коляске (рис.)



**Рис. Запрещающий знак для передвижения инвалидов на коляске**



Нарушения основных функций организма, приводящие к ограничению жизнедеятельности, обуславливают особые требования инвалида в процессе потребления туристской услуги. В ряде случаев это продиктовано жизненной необходимостью.

Так, туристам с нарушением углеводного обмена, нестабильными сахарами (пациенты с сахарным диабетом), во время путешествия необходимо диетическое питание и возможность коррекции сахара крови. Диализным пациентам с почечной недостаточностью может потребоваться процедура гемодиализа, стомированным пациентам с нарушением выделительной функции кишечника и мочевыделительной системы необходимы специально оборудованные комнаты в туалетах для смены памперса или средств ухода за стомой. Возможно, потребуются и медицинское вмешательство, проведение реабилитационных мероприятий и др. Разнообразные потребности возникают и у других туристов с инвалидностью и ограничением жизнедеятельности.

Введение понятия «клиент с особыми потребностями в туристских услугах» основывается на анализе видов и форм ограничений жизнедеятельности, обуславливающего инвалидность. Выделение туристов с особыми потребностями в зависимости от нарушений основных функций организма, направлено на целенаправленное применение адаптивных туристских услуг в структуре инклюзивного туризма. Физические и психосоматические недостатки — это не атрибут индивида и не всегда его личная проблема, поэтому отсутствие условий для инвалидов может рассматриваться как особая форма дискриминации. Особые потребности туристов с ограничением жизнедеятельности не должны становиться препятствиями для полноценного функционирования человека в обществе.

Понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах» акцентирует внимание туристской индустрии на необходимости дифференцированного подхода к потребностям лиц с ограничением жизнедеятельности и соответствующей адаптации туристского продукта. Инвалид может оплатить все расходы, связанные с путешествием, но он не приобретет туристский продукт, если ему не обеспечат адаптивные условия получения туристской услуги.

Социально-ориентированная туристская дестинация должна быть знакома с проявлениями нарушений в функциях и структурах организма инвалида в соответствии с его патологией. Для обеспечения процесса потребления туристских услуг следует своевременно предусмотреть возможность проявления психосоматических нарушений, определить специфику предполагаемой туристской услуги и наличие соответствующей туристской среды с возможностью предоставления специализированной услуги, медико-психологического обеспечения.

Как уже говорилось выше, устранить препятствия, связанные с психосоматическими (медико-физиологическими) проблемами, или адаптировать к ним туриста можно путем создания условий, обеспечивающих адекватное функционирование его органов и систем, созданием позитивного психологического климата во время путешествия. В период потребления туристской услуги клиентам с особыми потребностями необходимы мониторинг нагрузки и отдыха, установление величины физических и психических напряжений. Необходим учет, коррекция и изучение психофизиологической характеристики туриста.

Психосоматические нарушения и связанные с этим особые потребности не могут служить препятствием для полноценного участия инвалида в туризме.

### ***Задания на закрепление знаний и развитие умений***

#### *Задания на понимание*

- 1. Охарактеризуйте клиентов, имеющих особые потребности в туристских услугах.
- 2. Определите понятие «клиент с особыми потребностями в туристских услугах».
- 3. Определите потребности туристских услуг лиц с ограничением жизнедеятельности.

#### *Задания на анализ*

1. Рассмотрите ключевые потребности разных групп потребителей туристских услуг, включая инвалидов.

- 2. Дайте оценку возможностям предоставления равных прав клиентам с особыми потребностями в туристских услугах.

- 3. Проанализируйте условия оказания туристских услуг лицам с ограничением жизнедеятельности.

*Задание на применение*

- 1. Изучите на практике, когда нарушение основных функций организма может затруднить свободный доступ потребления туристских услуг.
- 2. Рассмотрите дискриминирующие факторы к туристам со статодинамическими нарушениями.
- 3. Нарушение каких основных показателей жизнедеятельности человека характеризует инвалидность?
- 4. Рассмотрите умение анализировать проблемы клиентов с особыми потребностями, возможности их предотвращения.
- 5. Используйте основные термины, раскрывающие основы коммуникации при организации своей работы в коллективе

*Источник:*

[https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient\\_osobymi\\_potrebnostyami\\_turistskih\\_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455](https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient_osobymi_potrebnostyami_turistskih_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455)

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Региональные программы субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в сфере социально-культурного сервиса и туризма.
2. Нормативно-правовые акты органов представительной законодательной власти субъектов Российской Федерации в области туризма.
3. Конвенция ООН о правах инвалидов – основные положения, касающиеся обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.
4. Обзор законодательно-нормативной базы, регламентирующей оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению.

# **1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

## **2. Тема лекционного занятия.**

### **Раздел 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

#### **Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ**

##### **3. Цели занятия.**

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

##### **1. Структура лекционного занятия.**

| <b>№ п/п</b> | <b>Содержание (кратко)</b>                               | <b>Методы и средства обучения</b>   |
|--------------|--|---|
| 1.           | Основные понятия, роль и значение инклюзивного туризма.  | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи                          |
| 2.           | Государственное регулирование сферы инклюзивного туризма | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи<br>Заключительная лекция |

##### **5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.**

###### **Введение.**

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ

###### **Текст лекции.**

Инклюзивный туризм – понятие сложное, которое может интерпретироваться по-разному – доступный туризм, безбарьерный туризм, туризм для людей с ограниченными возможностями здоровья (далее – туризм для людей с ОВЗ), адаптивный туризм и т.д. На сегодняшний день установленного понятия инклюзивный туризм в современной литературе нет. В странах Евросоюза сегмент туризма для людей с ограниченными возможностями

называют «доступным туризмом» или «туризмом для всех». Такой термин интерпретируется также как «туризм для всех» (tourism for all), «доступный туризм» (accessible tourism), «туризм для инвалидов», «инватуризм», «паратуризм», «безбарьерный туризм», «реабилитационный туризм», «коррекционно-учебный туризм» и другие [9].

Концептуальные статьи Баума Т. [1], Де Гросбуа Д. [3], Шейвенса Р. [6], Хьюз Э. [4], и Веллер Б. [7] рассматривают инклюзивный туризм как ответ на тенденции к социальной, экономической и пространственной изоляции в туризме. Эти авторы дают определение и концептуальную основу, включающую семь различных элементов, которые могут составлять направления исследований в секторе инклюзивного туризма. Авторы проводят различия между инклюзивным туризмом и другими схожими терминами, такими как комплексный туризм и инклюзивные бизнес-модели, а также в сравнительном контексте существующих концепций, которые также касаются более широких социальных преимуществ туризма.

С недавних пор в Российской Федерации развитию инклюзивного туризма стало уделяться повышенное внимание на федеральном уровне. В качестве одного из основных составляющих системы «инклюзивный туризм», который определяет органичность ее внутреннего строения и динамические взаимосвязи между доменами, можно выделить нормативно-правовую базу, которую условно можно представить в виде трех основных групп документов.

К первой группе относятся документы, защищающие права маломобильных людей и людей с инвалидностью, при доступе к туристским объектам и услугам.

Вторую группу составляют документы, регламентирующие требования при создании и организации доступной среды.

В третьей группе представлены нормативно-правовые документы, устанавливающие порядок оказания туристских услуг, в том числе для людей с ограниченными возможностями здоровья [22].

К тому же развитие инклюзивного туризма уже нашло свое отражение в Стратегии развития туризма на период до 2035 года, а также в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства».

Так как проблемы развития инклюзивного туризма еще не приобрели системный характер и большую популярность, то в настоящее время не много исследователей посвятили свои работы данной проблематике, среди них можно выделить Белоусову Н.В. [9], Якименко М.В., Русеву О.А. [22], Короткову С.Г. [17], Логунову Н.А. [18].

**Целью** данной работы является изучение зарубежного опыта развития доступной среды и инклюзивного туризма для возможности адаптации части данного опыта к российской действительности и представление авторских рекомендаций для внедрения их в Российскую практику развития инклюзивного туризма.

**Авторская гипотеза**, заключается в том, что формировать подходы к развитию инклюзивного туризма в России следует после критического изучения опыта зарубежных стран и оценки возможности внедрения уже существующих методик и инструментов на территории РФ, с учетом национальных особенностей и возможностей России.

**Научная новизна** работы заключается в разработке рекомендаций по развитию инклюзивного туризма в России с учетом анализа опыта зарубежных стран.

При проведении исследования использовались следующие **научные методы**: метод сравнения, метод изучения информационных материалов, метод статистического анализа, графический метод.

#### ***Результаты исследования***

В качестве одной из причин низкого спроса на инклюзивные туры, как в России, так и за ее пределами обычно выделяют психологический барьер людей с ОВЗ, который объясняется неизбежным дискомфортом, как в процессе путешествия, так и на туристских объектах. К тому же до сих пор нет точного определения понятия «инклюзивный туризм» и всех особенностей организации туризма для людей с ограниченными возможностями.

Один из архитекторов-колясочников Рон Мейсон совместно с коллегами из Государственного университета Северной Каролины сформировали 7 принципов универсального дизайна для организации инклюзивного туризма.



Рис.1. Принципы универсального дизайна в инклюзивном туризме [5]

По мнению авторов данные принципы должны стать основополагающими для формирования доступной среды, организации инклюзивных туров и развития инклюзивного туризма в мире.

#### *Европейский опыт развития инклюзивного туризма и формирования доступной среды*

Европейские страны, в силу высокого процента инвалидности, решили практически все проблемы доступности среды для лиц с ограниченными возможностями.

Разные эксперты в области строительства определяют Великобританию одной из лучших стран для жизнедеятельности маломобильных групп населения, где шестая часть населения страны – инвалиды. Именно в этой стране все городские автобусы имеют специальные платформы, позволяющие легко подняться в салон маломобильным лицам. Пешеходные дорожки, переходы и железнодорожные платформы имеют «осязаемое покрытие» для слабовидящих и слепых людей, представляющее собой текстурированное покрытие, предупреждающее о проемах и спусках.

*См. также:*

[Семьи с ограниченными возможностями: прямые расходы, трансферты и доступные услуги](#) (Притворова Т.П., Аяганова М.П.) // Экономика Центральной Азии. № 2 / 2021

[Профессиональная ориентация в дополнительном образовании: потенциал и ограничения на примере танцевальной студии «Ангельские псы» для детей-инвалидов и детей с ограниченными возможностями здоровья](#) (Бондарчук Ю.А.) // Экономика и социум: современные модели развития. № 1 / 2022

Великобритания делилась опытом в создании безбарьерной среды для проведения Олимпийских и Паралимпийских игр в Сочи в 2014 году. Проект по обмену опытом в сфере

создания безбарьерной среды реализуется в рамках Меморандума о сотрудничестве между странами, принимающими Олимпийские и Паралимпийские игры, который был подписан в июне 2013 года Министерством торговли и инвестиций Великобритании и Министерством регионального развития России.

С 1970 года начинают разрабатываться строительные нормы и правила для Северным советом, в который входят Швеция, Дания, Норвегия и Исландия. Цель данного совета заключается в установлении единых стандартов физической доступности зданий, сооружений, как общественного, так и производственного характера, и районов для престарелых и инвалидов, поскольку принципы доступности для лиц с ограниченными возможностями здоровья идентичны.

Летом 2016 года Финляндия ратифицировала международную конвенцию ООН о правах инвалидов, теперь финны самостоятельно могут разрабатывать законы, которые позволят сделать жизнь людей с ОВЗ легче. Однако и до этого момента лица с ОВЗ, проживающие в Финляндии не чувствовали себя ограниченными и запертыми в своем микрорайоне. Вся городская инфраструктура финских городов построена так, что все люди чувствуют себя комфортно и безопасно – пандусы, лифты, туалеты для инвалидов, даже на колесо обозрения в Хельсинки без труда можно завезти инвалидную коляску. Почти все финские отели оборудованы номерами для маломобильных граждан [15].

Норвегия уже в 1976г. включает в строительные нормы пункты, регламентирующие проектирование и строительство всех общественных зданий с элементами доступной среды, позволяющих обеспечивать свободный доступ, передвижение и пользование услугами для людей с ограниченными возможностями здоровья.

Германия начала решать проблемы с обеспечением доступности и создания условий для передвижения инвалидов после Второй мировой войны. Поэтому сейчас практически все города страны имеют адаптированную инфраструктуру для маломобильных групп населения, включая транспорт, безбарьерные пешеходные переходы, пандусы, ответственное отношение в обществе [20].

Конституция Берлина Разделом II «Основные права, государственные цели» Статьей 11 определяет, что «люди с инвалидностью не должны быть ущемлены. Государство обязано обеспечить равные условия жизни для людей с инвалидностью и без нее», которая послужила основой для принятия закона 17 мая 1990 года о равноправии лиц с ограниченной дееспособностью и лиц без ограничений дееспособности [13].

За рубежом постоянно издаются документы, которые непосредственно улучшают жизнь людей с ограниченными возможностями здоровья. Такая деятельность должна служить примером для нашей страны, так как у нас в основном действуют нормативы, установленные еще в 1990-х годах.

**Сводная таблица качества жизни для людей с ограниченными возможностями здоровья за рубежом [13]**

| Наименование страны | Доля лиц с ОВЗ | Характеристика  |
|---------------------|----------------|---|
| Финляндия           | 32,2 % [21]    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оборудование элементами доступной среды более 70% зданий и сооружений;</li> <li>2. Обслуживание, реконструкция жилья для лиц с ОВЗ, переселение в дома, предназначенные для маломобильных групп;</li> <li>3. Определение на законодательном уровне о необходимости проектирования зданий с элементами доступной среды;</li> </ol> |

|                |             |  |
|----------------|-------------|--|
|                |             | 4. Оснащение беспрепятственным доступом к социально-культурным объектам показа;<br>5. Организация движения, перевозка лиц с ОВЗ, бесплатный общественный транспорт.  |
| Германия       | 23 % [10]   | 1. Адаптация 70% транспортной сети для инвалидов-колясочников;<br>2. Оборудование жилых домов элементами доступности (планировка, лифты, коридоры);<br>3. Оборудование элементами доступности мест досуга и отдыха;<br>4. Адаптированы туристические маршруты, пляжи для передвижения на колясках. |
| Великобритания | 27,2 % [21] | 1. Проектирование и строительство частных жилых домов с учетом требований доступности для лиц с ОВЗ с 2000г.<br>2. Запрещено отказывать в обслуживании лицам с ОВЗ.  |
| Израиль        | 9 % [11]    | 1. Определение на законодательном уровне с 2005г. о необходимости оборудования учреждений и мест общественного пользования специальными приспособлениями и элементами доступной среды.   |

Финляндия в своей практике, благодаря системе толерантного отношения с использованием законодательной базы, интегрирует в сферу социальной защиты и страхования, здравоохранения, занятости и образования систему реабилитации, кроме того, компенсирует большую часть затрат инвалидов и маломобильных групп населения.

#### **Меры поддержки граждан с ограниченными возможностями [13]**

| <b>Наименование страны</b> | <b>Субсидии</b>  | <b>Дотации</b>  |
|----------------------------|--|---|
| Франция                    | Субсидирование 6% рабочих мест на предприятиях, содействие самозанятости, предоставление социального жилья в арендной форме.   | Улучшение жилищных условий, модернизация рабочих мест, техническое обслуживание, заработная плата |
| Финляндия                  | Профессиональная реабилитация, переподготовка кадров, содействие занятости и профессиональному развитию для лиц с ОВЗ, жилье распространяются на постоянное арендное или собственное жилье, а также жилье с правом проживания. | Оплата жилья, оказание социальной помощи для лиц с ОВЗ.   |

|                |   |   |
|----------------|---|---|
| Германия       | Федеральная программа занятости предусматривает квоты как лиц с ОВЗ, так и субсидии работодателям их трудоустройства.                     | Религиозные общины и церкви, содержащие дома для лиц с ОВЗ                |
| Израиль        | Пребывание в специальных центрах от социальных служб.   | Приобретение жилья, транспортных средств, среднее специальное образование |
| Великобритания | Оплата ЖКХ, квотирование и резервирование рабочих мест для лиц с ОВЗ, компенсация налогов, уплаченных работодателем за маломобильных лиц. | Оборудование, приобретение транспортного средства.                        |

### ***Восточный опыт развития инклюзивного туризма и формирования доступной среды***

Люди-инвалиды в Японии больше воспринимаются как люди с дополнительными потребностями, а не с ограниченными возможностями.

В Японии большая статья расходов государственного бюджета направлена именно на здравоохранение. В Японии существует закон, который обязывает организации создавать доступную среду для инвалидов и иметь в рабочем штате представителей этой категории населения. Государственная финансовая поддержка любой активности, нацеленной на помощь инвалидам. Например, к каждому инвалиду-колясочнику приставлен социальный помощник, труд которого оплачивается из средств государства. Второй пример: любой инвалид-колясочник при нехватке собственных средств на покупку инвалидной коляски, управляемой с пульта, может попросить государство о финансовой помощи, причем неважно, сколько собственных средств он может вложить в покупку.

***См. также:***

**[Проблемы трудоустройства выпускников с инвалидностью в реалиях современного рынка труда](#)** (Антонова Г.В., Кураева Л.Н. и др.) // Экономика труда. № 11 / 2020

**[К вопросу о повышении уровня занятости лиц с инвалидностью в России](#)** (Гурина М.А., Мусеев А.Д. и др.) // Экономика труда. № 1 / 2019

В Японии работают эксперты в области консультирования людей, которые совсем недавно получили степень инвалидности и испытывают психологические барьеры и высокий уровень стресса. Помимо этого, существуют различные центры реабилитации, которые проводят обучения по таким направлениям, как: баскетбол для инвалидов-колясочников, настольный теннис для людей, лишенных зрения, голбол, батутный спорт для людей с ОВЗ [16].

Весь общественный транспорт в Японии – доступная среда для инвалидов. В автобусах существуют откидные пандусы, а в автомобилях такси двери открываются автоматически, причем это удобно не только для людей с ОВЗ, но и для всех граждан. Откидные пандусы в японском транспорте пока что ручные, но ведутся разработки по установке автоматических пандусов, которые смогут завозить людей самостоятельно.

В Японии запущена муниципальная программа оборудования домов, в которых проживают инвалиды, по их запросу. Например, в спальню устанавливается специальное крепление, которое управляется с пульта и позволяет поднять тело человека и переместить на кровать.



Все международные отели обладают необходимым уровнем комфорта для людей с ограниченными возможностями. Такси используются специальные погрузки, которые облегчают колясочникам посадку в автомобиль. Для людей с ОВЗ доступен прокат инвалидных колясок, позволяющий взять инвалидное кресло в аренду.

В Китае все микроавтобусы или большие автобусы оборудованы рампой или специальным подъемником. В Китае имеются подъемники для инвалидных колясок на станциях метро. Туалеты для инвалидов-колясочников есть постоянно функционирующие везде: в торговых центрах, метро и аэропортах. В больших городах на пешеходных переходах отсутствуют высокие бордюры или препятствия для перемещения людей на колясках. Они оборудованы плавными спусками, пандусами или лифтами, что характерно для мостовых и переходов.

Каждый дом в Китае оборудован удобным входом, пандусом, а также лифтом для людей на колясках. Чем современнее дом, тем технологичнее он оборудован для людей с ограниченными возможностями. Как и в Японии, в Китае реабилитационные центры проводят обучения по таким направлениям, как: керлинг, все виды спорта в паралимпийских играх. Безбарьерная среда присутствует в гостиницах, аэропортах и на железнодорожных вокзалах: гиды, сиделки, медицинские сестры, услуги по обработке багажа и т.д.

Корейское правительство старается решать вопрос трудоустройства людей с ограниченными возможностями. В стране действует закон, согласно которому предприятия обязаны иметь в своем штате не менее 2% сотрудников с физическими недостатками. При невыполнении этого условия компании облагаются штрафами. В городах существуют специальные центры реабилитации, которые помогают людям с ограниченными возможностями пройти профессиональную подготовку, а затем помогают устроиться на работу.

У каждой станции метро в Южной Корее обычно несколько выходов на поверхность – нередко даже по 8-10, большинство из которых оборудованы лифтами. При этом стандартные спуски в метро обычно представляют из себя неширокий эскалатор и рядом широкую лестницу, оборудованную платформой для спуска инвалидов-колясочников. В поездах метро для них предусмотрены отдельные двери в вагон, в котором отсутствуют сиденья.

Основные туристические места и достопримечательности также предусматривают удобства для людей с ограниченными возможностями. Кроме того, что входные билеты для них бесплатны, все практически все входы оборудованы пандусами и туалетами, которые шире обычных, в них установлены безопасные ручки, специальные стульчаки, низкие раковины и т.д. [19]

В Корее используются специальные банкоматы, ориентированные на людей с ограниченными возможностями, отличающиеся высотой и клавиатурой.

В некоторых местах (например, на ручье Чонгечхон, в парке Сеульский лес, парке реки Ханган, в Сеульском музее искусства, в крупных универмагах, парках развлечений Лотте Ворд и Эверленд) предусмотрена аренда инвалидных колясок. Аренда бесплатная по предъявлению удостоверения личности. В парках развлечений оборудованы специальные пункты медицинской помощи, а также имеется возможность запросы бесплатной услуги сопровождения.

Большинство примеров показали, что наиболее обобщенный передовой опыт можно найти в туристических направлениях, которые приняли политику по социальным вопросам и защите прав людей с ограниченными возможностями.

При анализе различных видов опыта целью являлся отбор примеров, охватывающих такие категории, связанные с туризмом, как обучение, работа, транспорт, размещение, туроператорская и турагентская деятельность, информация для туристов,

***Предложения авторов по развитию инклюзивного туризма в РФ с учетом анализа мирового опыта развития доступного туризма***

1. Разработка и создание инфраструктуры для инклюзивного туризма – организация доступной среды в аэропортах, вокзалах, оборудование всех транспортных средств

специальными устройствами для лиц с ОВЗ, организация специальных стоянок для маломобильных граждан, развитие автодорог, создание системы продажи билетов, адаптированной под все нозологии для лиц с ОВЗ.

2. Увеличение номерного фонда в отелях и гостиницах, адаптированных для проживания людей с ОВЗ, а также субсидии и дотации на строительство «инклюзивных» гостиниц.

3. Развитие медицинского туризма, а также развитие сетей лечебно-оздоровительных учреждений, которые будут способствовать лицам с ОВЗ укрепить здоровье, а также провести время с родными и близкими. Важно уделить внимание развитию бюджетных сетей, чтобы люди могли воспользоваться услугами гостиницы вне зависимости от уровня дохода.

4. Подготовка туроператорами инклюзивных туров по России в соответствии с возможностями туристских дестинаций.

5. Развитие системы информационного поля о туристско-экскурсионных услугах предприятий и туристических направлениях доступных для людей с ОВЗ.

6. Обучение сотрудников службы размещения обслуживанию клиентов с ограниченными возможностями и особыми требованиями.

7. Обучение доступному туризму знаниям, компетентности и навыкам для удовлетворения различных обстоятельств и потребностей клиентов.

8. Развитие системы доступности пляжей: внедрение адаптированных доступных услуг, таких как туалеты, душевые и раздевалки, посты спасателей и затененные зоны, а также услуги по оказанию помощи в купании и безопасности, использование системы аудиосвязи, позволяющая людям с нарушениями зрения плавать свободно, независимо и безопасно.

### ***Заключение***

Для разработки перспективных вопросов в секторе туризма государству на всех уровнях необходимо разрабатывать стратегические планы. Это обеспечит последовательность и определенность, необходимые для индустрии туризма, и создаст устойчивую основу, в том числе и для роста инклюзивного туризма.

***См. также:***

[Цифровые платформы для инклюзивного бизнеса](#) (Сагинова О.В., Стегарева Е.В. и др.) // Вопросы инновационной экономики. № 1 / 2022

[Новые точки притяжения российских туристов в современных условиях](#) (Альмухамедова О.А., Ханина А.В.) // Экономика, предпринимательство и право. № 11 / 2022

Государство должно стремиться к мобилизации инвестиций, стимулированию роста и максимизации экологической, экономической и социальной отдачи от туризма. Привлечение инвестиций в туризм является конкурентным процессом в разных странах, учитывая потенциал туризма в плане содействия экономическому развитию и потребность в качественной инфраструктуре в сочетании с ограниченными государственными бюджетами и нехваткой инвестиционного капитала.

Переход к согласованным и всеобъемлющим подходам к разработке политики в области инклюзивного туризма поможет странам перестроить рост туризма в целях более эффективного распределения выгод, устранения неравенства и повышения устойчивости экономики.

Долгосрочные стратегии и политика, ориентированные на содействие качественной занятости и создание рабочих мест, развитие навыков, предпринимательство, инновации, эффективные инвестиции и комплексное региональное развитие, являются неотъемлемой частью достижения роста устойчивого и инклюзивного туризма – роста, который учитывает текущие и будущие экономические, социальные и экологические последствия.

Государству следует стремиться к развитию комплексной и последовательной политики в сфере инклюзивного туризма ответы, которые отражают особенности разных стран и сообществ в достижении общих целей в числе которых: обеспечение доступа потребителей к качественной, надежной и безопасной туристической деятельности, повышение производительности труда в сфере туризма, и особенно среди малых и средних предприятий,

защита, управление и улучшение природных и культурных ресурсов, повышение конкурентоспособности, а также поощрение инклюзивного роста и развития внутри и между странами.

*Источник: <https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120>*

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Международные практики оказания услуг лицам с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
2. Основные понятия, роль и значение социального туризма.
3. Субъекты, обеспечивающие возможность услуг социального туризма.

**1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

**2. Тема лекционного занятия.**

**Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства**

**Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве**

**3. Цели занятия.**

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

**4. Структура лекционного занятия.**

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения   |
|-------|--|--|
| 1.    | Понятие доступной среды.   | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2.    | Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья. | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3.    | Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.                            | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

**5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.**

**Введение.**

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

**1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве**

**Текст лекции.**

Социальная значимость туризма для особых категорий населения обусловлена, в частности, тем, что относительное и абсолютное число лиц с различными видами ограничения

жизненных возможностей непрерывно растет. В Казахстане проживает около 626 тыс. инвалидов и около 140 тыс. детей-инвалидов.

В последнее десятилетие отмечается динамичный рост сегментов туристского рынка, связанных с обслуживанием особых категорий населения. Но даже в европейских странах этот сегмент еще нельзя назвать массовым. В Казахстане же он только начинает свое развитие. Вместе с тем туризм для особых категорий граждан выводит на первый план следующие функции туризма: социальную (создает равные возможности для осуществления права на отдых), компенсаторную, реабилитационную, культурную.

За рубежом используют термины: «туризм для всех», «доступный туризм», «инклюзивный туризм», «безбарьерный туризм».

Термином, наиболее отражающим содержание исследуемой проблемы, мы считаем термин «инклюзивный туризм». Инклюзивный туризм (фр. *Inclusif* - включающий в себя, лат. *Include* - заключаю, включаю) - процесс развития туризма, который подразумевает доступность туризма для всех в плане приспособления инфраструктуры туристических центров и объектов туристского показа к различным нуждам всех людей, в том числе инвалидов, пожилых, их опекунов и членов семей, людей с временными ограниченными возможностями, семей с маленькими детьми [5, с. 59].

Инвалиды путешествуют менее активно, чем другие граждане: в Европе этот показатель колеблется от 37% - в Великобритании до 53% - в Германии. Между тем 11% всех туристических поездок в Европе и 7% - во всем мире совершают путешественники с особыми потребностями, чаще всего в компании членов семьи или друзей [9, с. 25]. В западных странах уже вошла в норму разработка туров с учетом потребностей и доступности зданий для инвалидов.

В Казахстане, несмотря на осознание проблемы, на данный момент то, что делается для инвалидов, явно недостаточно. Инвалидов не видно на улицах не потому, что их нет, а потому, что улицы не приспособлены для передвижения на колясках, не говоря уже об отдыхе. Существуют соответствующие учреждения здравоохранения.

В казахстанской практике можно говорить о развитии социального туризма. Под социальным туризмом понимаются путешествия, субсидируемые государством из средств, выделяемых на социальные нужды [5, с. 62].

Стоит отметить, что многие из тех, кого мы относим к категории людей с ограниченными возможностями, могут и хотят путешествовать. Около половины инвалидов с ограниченными возможностями передвижения (на колясках) - молодые люди в возрасте до 40 лет. Они занимают активную жизненную позицию, осваивают новые профессии. Между тем емкость рынка доступного туризма в Казахстане и перспективы его развития никто не изучал, нет статистических данных.

Потенциальными потребителями рынка инклюзивного туризма являются не только инвалиды и пожилые люди, но и их опекуны и члены их семей, семьи с маленькими детьми.

Развитие инклюзивного туризма может стать для средства размещения серьезным конкурентным преимуществом благодаря:

- увеличению объема продаж за счет расширения контингента потребителей гостиничных услуг;
- увеличению объема продаж дополнительных услуг;
- повышению лояльности и частоты повторного размещения клиентов;
- заполнению номерного фонда в низкий сезон, так как гости с ограниченными возможностями предпочитают отдыхать именно в этот период;
- увеличению продолжительности пребывания в гостинице по сравнению с другими категориями потребителей.

Для получения всех этих преимуществ средства размещения необходимо сформировать так называемую безбарьерную среду, предполагающую доступность средства размещения для гостей, доступность транспорта и информационную доступность [10, с. 98]. Создание безбарьерной среды для гостей с ограниченными возможностями является основой

для развития инклюзивного туризма. Безбарьерная среда - «это физическое окружение, объекты транспорта, информации и связи, дооборудованные с учётом потребностей, возникающих в связи с инвалидностью, и позволяющие людям с ограниченными физическими возможностями вести независимый образ жизни» [7, с. 25].

Организация безбарьерной среды основывается на принципах универсального дизайна, предложенных архитектором-колясочником Р. Мейсом (США):

- на принципе беспристрастного (справедливого) использования всеми категориями потребителей;
- на принципе гибкости в использовании;
- на принципе интуитивности в использовании;
- на принципе осязаемости информации, принципе толерантности к случайным и непреднамеренным действиям;
- на принципе минимальных физических усилий;
- на принципе доступности и универсальности использования (независимо от размера, положения или мобильности тела пользователя) [6, с. 68].

Особое внимание необходимо уделить внутренней инфраструктуре гостиницы и содержанию гостиничного номера. К сожалению, в Положении о классификации гостиниц и других средств размещения [9] нет никаких особых требований к содержанию номеров, предназначенных для размещения инвалидов. Также не прописаны требования к количеству таких номеров. Поэтому руководство гостиниц вынуждено самостоятельно определять содержание номерного фонда и общественных помещений. Гораздо лучше ситуация в странах Европы, так как опыт приема гостей с ограниченными возможностями уже наработан.

Обустройство внутренней инфраструктуры средства размещения необходимо начинать уже при подходе к гостинице. Для того чтобы гость воспользовался оборудованием номера, ему прежде всего необходимо до него добраться. Поэтому вся территория должна обеспечивать удобство передвижения.

Использование информации гостями с ограниченными возможностями имеет свои особенности. Стенды должны располагаться таким образом, чтобы при подъезде к ним коляска освобождала дорогу, а не становилась поперек нее, так как это может затруднить движение. Наиболее удобны для этой цели специальные карманы площадью 5-6 м<sup>2</sup>. В карманах можно предусмотреть скамейки для сопровождающих лиц и навес достаточной длины и ширины для укрытия в непогоду. Формат надписей на стендах, размер и стиль шрифтов следует предусматривать такими, чтобы даже самые мелкие из них читались без напряжения из сидячего положения и с расстояния 2-2,5 м [6, с. 72].

Основное условие обустройства территории - возможность беспрепятственного выезда на коляске. Для этого необходимо отсутствие порогов, бордюров на пути следования. Важно предусмотреть расширенное место для парковки автомобилей инвалидов-колясочников. Входная зона отеля также должна быть оборудована пандусом шириной не менее 1 м. Большое значение имеет и снабжение посетителей буклетами с понятной картой-схемой территории и перечнем телефонов.

Номера для инвалидов чаще всего размещаются на первом этаже, однако все же следует предусмотреть возможность подъема на лифте. Двери лифта в таком случае должны обеспечивать беспрепятственный доступ инвалидной коляски, а его внутреннее пространство - размещение в лифте одновременно вместе с инвалидом-колясочником сопровождающего лица и багажа.

Особые требования предъявляются к оборудованию гостиничного номера. Очень важно советоваться с потенциальными гостями, знакомиться с рекомендациями общества инвалидов, а не полагаться исключительно на опыт коллег.

Для западных гостиниц наличие в фонде номеров для инвалидов уже давно хороший тон, а то и неременное правило сети. Это отражается в информации о гостинице как «доступность для инвалидной коляски» (wheelchair access) или «удобства для гостей с инвалидностью» (facilities for disabled guests) [11]. Однако турагентам трудно оценить

доступность гостиничных услуг с точки зрения инвалида. Те мелочи, на которые обычный человек не обращает внимания, для гостя с ограниченными возможностями может превратиться в неразрешимую проблему. Поэтому инвалиду еще при бронировании номера может понадобиться очень разнообразная информация - о дополнительных дверных ручках, поручнях, ширине дверей и т.п. Малейшее несоответствие - и инвалид просто не сможет самостоятельно передвигаться по комнате [12]. Площадь номера для удобства гостей должна превышать площадь стандартного номера - 28 м<sup>2</sup>.

Следует обеспечить свободный подъезд к двери номера, в некоторых случаях достижение этой цели предполагает большую площадь гостевого коридора. Размещать номер лучше ближе к лифту или главному входу, потому что большинству инвалидов неудобно добираться до комнаты, расположенной в глубине коридора. Для того чтобы заезд коляски был удобным, во всех помещениях должны отсутствовать пороги. По всей зоне проезда нужно установить специальные перила, поручни, а также обеспечить отсутствие препятствий (такие как цветы, пепельницы, тележки горничных).

Стоит учитывать, что оборудование номера для гостей с ограниченными возможностями является более затратным, чем оборудование стандартного номера, примерно на 20% (площадь номера больше, требуется грамотная организация пространства, особый дизайн помещения, техническое оборудование номера, дополнительные предметы интерьера и пр.). Поэтому номер следует проектировать таким образом, чтобы им могли воспользоваться и «обычные» постояльцы, не имеющие каких-либо ограничений. Очень важно позаботиться о том, чтобы номера, предназначенные для инвалидов, в их отсутствие не простаивали, чтобы в них было комфортно и уютно всем гостям, а также сопровождающим.

Таким образом, создание безбарьерной среды для гостей с ограниченными возможностями является задачей не только средства размещения, которое таких гостей принимает, но также государства и социума [7, с. 14]. Реализация целей туризма для особых категорий граждан невозможна без организации доступа на культурные и социальные объекты. А это является уже задачей общества в целом.

Организация безбарьерного пространства внутри гостиничного комплекса поможет создать конкурентное преимущество и привлечь более широкий контингент потребителей помимо гостей с ограниченными возможностями и членов их семей, а именно семей с маленькими детьми, людей, имеющих временные ограничения в плане передвижения, группы пожилых людей [8, с. 25].

Мы выше уже говорили и о том, что во всех гостиницах, способных принимать гостей с ограниченными возможностями, персонал необходимо специально обучать работе этой категорией постояльцев. По статистике, 70% особых потребностей никак не проявляются внешне, поэтому важно разработать инструкции для персонала отеля по взаимодействию с гостями, имеющими особые потребности, а также инструкции для гостя по взаимодействию с персоналом отеля, так как многие из них даже не предполагают, какую помощь они могут получить и как сообщить об этом персоналу отеля.

Естественно, организация безбарьерного пространства требует от руководства гостиницы определенной социальной и юридической ответственности. А это, в свою очередь, способно повлиять на качество предоставляемых услуг для всех категорий потребителей услуг сферы гостеприимства.

*Источник:*

[https://studbooks.net/750370/turizm/sozдание\\_bezbarernoy\\_sredy\\_sredstvah\\_razmescheniya\\_gostey\\_ogranichennymi\\_vozmozhnostyami?ysclid=lh37kcls6s544345932](https://studbooks.net/750370/turizm/sozдание_bezbarernoy_sredy_sredstvah_razmescheniya_gostey_ogranichennymi_vozmozhnostyami?ysclid=lh37kcls6s544345932)

### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Основные понятия и определения туризма для людей с ОВЗ.
2. Международные практики оказания услуг в сфере туризма и гостеприимства лицам с ОВЗ

3. Правовые основы организации услуг для лиц с особыми потребностями в Российской Федерации. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»
4. Адаптация объектов социальной инфраструктуры и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности лиц с ОВЗ



# 1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

## 2. Тема лекционного занятия.

### Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

#### Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма

##### 3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

##### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения   |
|-------|--|--|
| 1.    | Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства. | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2.    | Паспорт доступности.   | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

##### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

###### Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма

###### Текст лекции.

Процесс создания доступной среды как в России, так и за рубежом сталкивается с рядом проблем, которые связаны с несовершенством нормативно-законодательной базы, нехваткой бюджетных объектов гостеприимства, непригодностью городских объектов, недостаточной квалификацией обслуживающего персонала, а также со стереотипным отношением к лицам с инвалидностью. Изучение опыта зарубежных стран по созданию условий для комфортного пребывания лиц с инвалидностью позволило выделить наиболее показательные средства размещения из всего их многообразия. На острове Тенерифе (Испания) располагается отель «Mag y Sol», который изначально предназначен и приспособлен для проживания инвалидов-колясочников. В нем созданы следующие условия, позволяющие

провести данной категории гостей полноценный отдых: – наличие полностью адаптированных номеров, ванной комнаты и общественных зон; – предоставление кресел-каталок с электропередачами; – наличие при отеле реабилитационно-терапевтического центра, предлагающего индивидуальные программы оздоровления; – наличие двух больших бассейнов на территории, оборудованных подъемниками для спуска и подъема людей с ограниченными возможностями, у которых дежурит обученный персонал, помогающий пересест на подъемник и опустить его в воду; – возможность аренды любых необходимых средств для обеспечения комфорта (например, кровати с подъемным механизмом);

служба помощи, работающая 24 часа; – наличие специальных экскурсий для инвалидов-колясочников; – наличие большого спортивного зала, доступного для лиц с инвалидностью; – наличие информационных карт доступности объектов острова для данной категории гостей (пляжи, музеи, магазины, рестораны и т. д.); – наличие на пляже специальных костылей, облегчающих движение по песку, и коляски, позволяющей окунуться в море всем желающим. Еще одним отелем, заслуживающим внимания, является «Royal Atlantis Spa & Resort», расположенный в Турции. Примечательно то, что он оборудован тридцатью номерами для инвалидов-колясочников. В спа-салоне работает специально обученный персонал, который оказывает помощь в процессе переодевания и прохождения процедур. В отеле есть несколько бассейнов, один из которых целенаправленно сделан для лиц с ограниченными физическими возможностями. Он оборудован подъемником для перемещения в воду и пандусом для плавного погружения в бассейн. Здесь также работает персонал, который оказывает всю необходимую помощь. В отеле действует зал для тренировок, оборудованный различными тренажерами, которые подбираются индивидуально для каждого гостя. Западную модель интеграции инвалидов помогает проиллюстрировать отель «Grenzfall», расположенный в Берлине, который не только предлагает удобства лицам с ограниченными физическими возможностями, но и поддерживает трудоустройство персонала с инвалидностью. За такими сотрудниками наблюдают специалисты, которые должны вовремя направить сотрудников, увидеть их скрытые таланты. Одна из преследуемых целей – это адаптация в обществе и формирование самостоятельности. В России найти работу людям с инвалидностью достаточно трудно, поэтому они оказываются в изоляции от внешнего мира. А ведь им важнее именно суметь социализироваться, быть в равных правах с людьми без инвалидности. Хочется отметить работу чиновников Каталонии (Испания), которые проводили активную работу по продвижению курортов, адаптированных для пребывания лиц с ограниченными физическими возможностями, в результате которой Совет по туризму Каталонии был признан членом Европейской ассоциации доступного туризма. Был создан специальный сайт, где можно ознакомиться с информацией относительно приспособленных объектов. Зарубежный опыт вовлечения лиц с инвалидностью в общественную жизнь копился десятилетиями: в Великобритании законодательство об инвалидах существует с 1944 г., а в 1961 г. в США был принят стандарт о доступности зданий для инвалидов. Большие изменения произошли в США после принятия в 1975 г. «Закона об инвалидах», которое спровоцировало движение лиц с инвалидностью против их дискриминации [1]. Создавались специальные бригады строителей, которые ежедневно формировали доступную городскую среду, происходил активный поиск способов налаживания общения людей с инвалидностью с людьми без инвалидности. В России первые санатории для лиц с ограниченными физическими возможностями появились в 1950-70-е гг. прошлого столетия. Тогда организатором услуг туризма выступали всесоюзные организации слепых и глухих. Они предлагали туристические походы выходного дня и лечебно-оздоровительные туры в соответствующие санатории. В настоящее время эти организации переименованы. Создано Всероссийское общество инвалидов (далее – ВОИ). Один из санаториев был открыт в 1947 г. на курорте Сергиевские минеральные воды [2]. Через год открылось специализированное спинальное отделение на курорте Саки. В 1974 г. в Саках был построен санаторий, предназначенный для лечения больных с последствиями травм позвоночника и заболеваниями спинного мозга. Важно отметить, что его открытие способствовало произошедшим изменениям

в инфраструктуре города: подъезды были оборудованы пандусами, а в парковой зоне были проложены широкие аллеи. Несмотря на то, что история распространения доступного туризма началась давно, Россия находится на начальной стадии его развития. Особую приоритетность и распространение он получил лишь в последние десятилетия. В частности, отмечаются преобразования объектов гостеприимства. Так, в Санкт-Петербурге открылся мини-отель на восемь комнат (семь комнат по два места и одна комната на одно место) специально для лиц с инвалидностью, которые любят путешествовать и должны иметь возможность для этого. Его создатель отмечает, что такие гости составляют значительный сегмент рынка. Задачей данного проекта является привлечение внимания к проблеме не только общественности, но и бизнеса в сфере гостеприимства. Помещение включает в себя зону для проведения семинаров с необходимым оборудованием, что позволяет устраивать встречи с коллегами из разных регионов России и из других стран, обсуждать проблемы создания доступной среды, вести социальную работу. Важно, что 92 Вестник университета № 1, 2018 при разработке внутренней планировки помещения учитывались советы потенциальных клиентов. Ими же были протестированы дорогостоящие спальные места. В России есть гостиницы, которые предоставляют номера для лиц с ограниченными физическими возможностями, но, как правило, они не являются бюджетным вариантом. Более того, таких номеров на весь отель приходится не так много (обычно 1-2). Мини-отель в Санкт-Петербурге отличает социальная и минимально возможная стоимость, так как четко прослеживается граница между коммерческим и социальным бизнесом, а общая вместимость составляет до 15 человек. Другим примером является гостиница «Кузьминки», которая в результате проведенной реконструкции может предлагать удобства для лиц с инвалидностью. Также в ней действуют специальные социальные тарифы. Еще на стадии проектирования необходимо учитывать потребности людей с ограниченными физическими возможностями, следуя обновленным нормативно-правовым актам. Особое значение имеют следующие документы [4]. 1. СП 257. 1325800. 2016 «Здания гостиниц. Правила проектирования». 2. СП 59. 13330. 2016 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения». 3. СП 35-101-2001 «Проектирование зданий и сооружений с учетом доступности для маломобильных групп населения. Общие положения». 4. СП 31-102-99 «Требования доступности общественных зданий и сооружений для инвалидов и других маломобильных посетителей». 5. СП 35-103-2001 «Общественные здания и сооружения, доступные маломобильным посетителям». 6. СП 35-102-2001 «Жилая среда с планировочными элементами, доступными инвалидам». В перечисленных документах находит отражение принцип универсального дизайна, разработанный архитектором-колясочником Р. Мейсом. Основная идея заключается в том, чтобы создать среду, в которой будут комфортно чувствовать все категории населения. Предложены следующие принципы: справедливого использования всеми категориями потребителей; гибкости в использовании; интуитивности в использовании; осязаемости информации; толерантности к случайным и непреднамеренным действиям; минимальных физических усилий; доступности и универсальности использования (независимо от размера, положения или мобильности пользователя) [2]. Учитывая их при проектировании и создании обстановки, предметов, услуг, можно создать среду, в которой комфортно будут себя ощущать все категории населения. Средства размещения должны иметь следующие основные удобства для лиц с ограниченными физическими возможностями: – широкий дверной проем (не менее 0,9 м); – зона около кровати, позволяющая разворачивать инвалидное кресло на 360 градусов; – достаточное пространство для пересадки на кровать; – дверь в номер оборудована двумя глазками (на уровне стоящего человека и на уровне сидячего человека); – более низкое расположение дверных замков, выключателей, розеток, вешалок для одежды в шкафах, дополнительного одеяла (на уровне 1,0-1,2 м); – отсутствие порожков в дверных проемах; – оборудованные ванная и туалетная комнаты (доступный душ; поручни в санузлах, обеспечивающие переход в ванну и на сиденье унитаза; незакрепленные и расположенные на уровне сидячего человека санитарно-гигиенические принадлежности; раковина, расположенная ниже обычной; поручни на стенах; кнопка экстренного вызова); – наличие

кнопки экстренного вызова и непосредственно в самом номере; – углы комнаты оборудованы защитными панелями; – магнитный стопор, позволяющий фиксировать двери в открытом состоянии; – наличие изогнутого письменного стола, специального оборудования для перехода с инвалидного кресла на кровать, переносного телефона, телевизора на вращающейся панели и др. [3]. Рассматривая общественные места, следует отметить, что они также должны иметь некоторые удобства: – входная зона в отель оборудована пандусом, ширина которого составляет 1,0-1,1 м, а угол наклона составляет не более 30-35 градусов); – для слепых и слабовидящих людей в лифте предусмотрены обозначения шрифтом Брайля; – лифт обладает более низким расположением кнопок на панели; – выделено место для парковки автомобилей инвалидов-колясочников; 93 Развитие отраслевого и регионального управления – отсутствие порогов и бордюров на пути следования и наличие специальных перил и поручней; – противоскользящее покрытие на ступенях и в ванной и др. [3]. Мониторинг российских отелей позволяет сделать вывод, что не все соблюдают данные требования. Например, некоторые не имеют возможности обеспечить необходимые условия, так как это не учитывалось при проектировании. Несмотря на это, нужно находить способы удовлетворять потребности гостей. Другие отели не задумываются о мелких деталях (например, о переносном телефоне с нанесением шрифта Брайля), что препятствует полноценному пользованию услугами отеля и портит общее впечатление о нем. Также не учитывается тот факт, что существуют не только ограничения в подвижности, но и другие формы инвалидности. Изучение государственной ответственности позволяет отметить значимое событие, заключающееся в ратификации Россией Конвенции ООН о правах инвалидов. Участвующие государства должны способствовать становлению доступной инфраструктуры и вести борьбу с дискриминацией лиц с инвалидностью, сложившимися стереотипами и предрассудками, обеспечивая полную и равную реализацию основных прав и свобод человека, в том числе право на отдых и интересные путешествия. Это присоединение выступает показателем готовности страны формировать условия для развития доступного туризма, которые бы соблюдали международные стандарты прав лиц с ограниченными физическими возможностями. Нормы российского законодательства должны приводиться в соответствие с международными. Так, важным шагом в решении проблемы социальной интеграции является принятие в 2011 г. программы «Доступная среда», которая была продлена до 2020 г. Ее основная цель заключается в том, чтобы обеспечить людям с инвалидностью беспрепятственный доступ к любому объекту и к любой услуге в той или иной сфере (здравоохранение, транспорт, культура, образование, спорт и физическая культура, туризм и др.). Принятие данной программы вызвало необходимость внесения изменений в законодательную базу с целью ее совершенствования. Был подписан Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов» который установил требования к доступности объектов и услуг. Есть и другие нормативно-правовые акты, закрепляющие требования по созданию условий для лиц с ограниченными физическими возможностями с целью их беспрепятственного доступа к тем или иным объектам инфраструктуры и услугам: – Градостроительный кодекс Российской Федерации; – Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» № 181-ФЗ от 24.11.1995 г.; – Федеральный закон «О физической культуре и спорте Российской Федерации» № 329-ФЗ от 04.12.2007 г.; – Федеральный закон «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» № 384-ФЗ от 30.12.2009 г. Но доступна должна быть вся цепочка услуг: не только средства размещения, но и транспорт, информация, объекты досуга и развлечения, общественные учреждения. В России можно наблюдать фрагментарную среду открытости для лиц с инвалидностью, эпизодические вкрапления ее элементов. Необходимо внедрять опыт Европы и США, которые следуют принципу непрерывности безбарьерной среды, выражающемуся в том, что человек может не только комфортно пребывать в гостинице, но и также беспрепятственно добраться как до нее, так и до любых других необходимых объектов (аптека, банк, музей и т. д.). Также важно реализовывать аудио- и видеодублирование

информации, то есть она должна быть многократно представлена различными способами. Обслуживающий персонал гостиниц должен проявлять терпение и особое внимание данной категории гостей. В некоторых европейских гостиницах действуют соответствующие системы обучения сотрудников, включающие получение теоретических знаний, медицинскую подготовку. Это опыт, который полезно перенять. Изучая подробнее доступность всей цепочки услуг, отметим, что архитектура городов претерпевает изменения. Так, становятся доступны различные объекты культуры, что важно для развития гостиничного сектора, доступного для лиц с инвалидностью. Остановимся подробнее на доступности объектов культуры для посещения лицами с ограниченными физическими возможностями. В качестве объекта проверки доступности была выбрана Третьяковская галерея, расположенная в Москве. Она имеет значок «Инвалид», что говорит о том, что должна быть обеспечена доступность лицам с инвалидностью. Галерея успешно прошла данную проверку, о чем свидетельствует следующее: – соответствие дверных проемов нормативам для проезда инвалидов-колясочников; – наличие телескопического пандуса, позволяющего заехать в помещение с высокими порогами и быстро устанавливающегося там, где это будет необходимо; 94 Вестник университета № 1, 2018 – наличие лифтов, размеры которых позволяют въехать в них инвалидам-колясочникам; – оборудованные соответствующим образом туалеты; – возможность беспрепятственно добраться от метро; – расположение большинства экспонатов на низком уровне; – наличие широких дверных проемов; – позитивное отношение персонала. Третьяковская галерея адаптирована и для лиц с другими формами инвалидности. В частности, присутствует тактильная разметка. Тактильная плитка применяется черного цвета, а не желтого. Дело в том, что есть регламентация именно контрастности цветов. В Третьяковской галерее пол белого цвета. В таком случае применение плитки желтого цвета было бы неверным решением. Подобное сочетание цветов не помогает ориентироваться слабовидящим людям. Для идентификации экспонатов внедрены таблички с нанесением шрифта Брайля, изготовлена мнемосхема, позволяющая получить информацию по расположению объектов. Первая и последняя ступени обозначены путем нанесения контрастной противоскользящей полосы. Таким образом, можно сделать вывод о том, что Третьяковская галерея – это образец доступности. Рассмотрим противоположный пример. Это будет музей-квартира Ф. М. Достоевского в Санкт-Петербурге. Сразу отметим, что этот объект не имеет значка «Инвалид». Значит, вероятность того, что музей успешно пройдет проверку на предмет доступности для посещения лицами с ограниченными физическими возможностями, является достаточно низкой. Это действительно оказалось так, о чем свидетельствует следующее: – отсутствие пандусов; – отсутствие кнопки вызова персонала; – узкий дверной проем; – узкие проходы в музее, которые не позволяют проехать к некоторым объектам; – высокий уровень расположения экспонатов; – отсутствие специально оборудованного туалета. В таких условиях помогает только позитивное отношение персонала, которые очень внимательны и отзывчивы. Результаты подобного эксперимента можно объяснить тем, что данный объект ниже по статусу, чем Третьяковская галерея. Но важно, чтобы и менее популярные музеи были доступны для посещения. Также следует отметить наличие в России транспорта, приспособленного для перевозки маломобильных групп населения, так как важна доступность и близлежащих территорий. В табл. 1 представлены статистические данные, позволяющие оценить обеспеченность страны средствами перемещения, оборудованных соответствующим образом.

Хорошим примером опыта создания в России доступного города является Сочи, где в рамках подготовки к Олимпиаде была проведена большая работа по приспособлению среды к комфортному пребыванию лиц с ограниченными физическими возможностями. В частности, открылся первый пляж, где инвалиды-колясочники получили свободный доступ к морю. Можно наблюдать, что из большого числа туркомпаний, действующих на территории России, только некоторые из них оказывают услуги для инвалидов: – «Инватрэвел» (проект, в котором собрана информация о путешествиях для лиц с ограниченными физическими возможностями); – социальный гериатрический центр «Опека» (организация и проведение

обзорных экскурсий для инвалидов по Санкт-Петербургу, Ленинградской области и странам Балтии); – «Инватур» (организация экскурсий по Москве, Подмосковию, групповые туры в Санкт-Петербург, по Золотому кольцу, в Турцию, в Грецию и в США); – «Либерти» (исследование доступности городских объектов и формирование специализированных экскурсионных туров для людей с ограниченными возможностями); – небольшое число таких организаций свидетельствуют о том, что у компаний отсутствует желание работать с данной категорией гостей. Богатый ресурсный потенциал страны и возрастающее внимание властей выступают предпосылками для развития доступного туризма. Важно производить мониторинг объектов показа, питания, средств размещения, транспорта, уделять внимание популяризации безбарьерного туризма. Построение безбарьерной среды – это выполнимая задача, которая требует проявления добросовестности и ответственности со стороны государства, общества и бизнеса, грамотного вложения средств и может принести значительные социальные и экономические эффекты.

Источник: Офицерова Н.А. Солнцева О.Г. Цунаева Ю.О. Вестник университета № 1, 2018 DOI 10.26425/1816-4277-2018-1-90-95 <https://vestnik.guu.ru/jour/article/viewFile/920/343>

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Социальные туры и их отличительные особенности.
2. Система социального туризма в России.
3. Понятие санаторно-курортной помощи, как вида медицинского и сервисного обслуживания населения.

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

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

**ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

**1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ  
С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ  
ТУРИЗМА**

**2. Тема практического (семинарского) занятия**

**Раздел 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

**Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства**

**3. Цели занятия.**

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

**4. Структура практического (семинарского) занятия.**

| № п/п | Содержание (кратко)                     | Методы и средства обучения                     |
|-------|---|--|
| 1.    | Инвалидность по нозологиям              | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 2.    | Особенности обслуживания туристов с ОВЗ | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |

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

**Введение.**

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

**Вопросы к обсуждению:**

1. Здоровье – состояние полного физического, психического, социального благополучия людей, а не только наличие или отсутствие болезней или дефектов.
2. Показатели здоровья: демографический, физическое развитие, заболеваемость, инвалидность.
3. Факторы, влияющие на показатели здоровья: социальные, природно-климатические, генетические, здравоохранение

**1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

**2. Тема практического (семинарского) занятия**

**Раздел 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

**Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ. Цели занятия.**

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.

2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.

4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.

5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

**4. Структура практического (семинарского) занятия.**

| № п/п | Содержание (кратко)                                      | Методы и средства обучения                        |
|-------|--|---|
| 1.    | Основные понятия, роль и значение инклюзивного туризма.  | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Государственное регулирование сферы инклюзивного туризма | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

Введение.

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

**Вопросы к обсуждению:**

1. Этика общения с инвалидами.
2. Понятие комфортных условий для путешествий туристов-инвалидов.
3. Ситуация с инклюзией за рубежом и в России.
4. Санаторно-курортные услуги для клиентов с особыми потребностями

**ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1**



## **Форма практического задания: реферат**

### **Темы рефератов:**

1. Всемирная программа действий в отношении инвалидов. Основные принципы Конвенции ООН о правах инвалидов.
2. Законодательно-нормативная база, регламентирующая оказание услуг и сопровождение инвалидов при посещении объектов, оказывающих услуги населению в сфере гостеприимства и туризма
3. Основы этики общения с инвалидами
4. Правила этикета при общении с инвалидами
5. Методы взаимодействия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов
6. Международные практики оказания услуг в сфере туризма и гостеприимства лицам с ОВЗ
7. Правовые основы организации услуг для лиц с особыми потребностями в Российской Федерации. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»
8. Адаптация объектов социальной инфраструктуры и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности лиц с ОВЗ
9. Обзор общих практик работы с лицами ОВЗ.
10. Понятие туротерапия. Особенности участия лиц с ОВЗ в туристских мероприятиях.
11. Социальные туры и их отличительные особенности.
12. Система социального туризма в России.
13. Социально-психологические проблемы туристов с ограниченными возможностями при подготовке туристических мероприятий и пути их решения.
14. Специфические особенности подготовки туристических мероприятий с участием лиц с ограниченными возможностями и обеспечение безопасности.
15. Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ.
16. Культура сервиса и морально-нравственный характер общения людей.
17. Особенности организации и финансирования социального туризма.
18. Виды социального туризма. Организация финансирования социального туризма.
19. Подходы к санаторно-курортному лечению. Социальное страхование.
20. Психолого-когнитивные практики как здоровьесберегающие технологии. Творчество в практике работы с лицами с ОВЗ.
21. Менеджмент безопасности в адаптивной физической культуре, спорте и туризме лиц с отклонениями в состоянии здоровья.
22. Основные факторы риска при возникновении чрезвычайных ситуаций у различных категорий лиц с нарушениями в состоянии здоровья.
23. Обеспечение безопасности туристской деятельности лиц с отклонениями в состоянии здоровья.
24. Предупреждение и преодоление конфликтных ситуаций в обслуживании туристов из числа лиц с ОВЗ.
25. Стартапы в социально-культурной реабилитации инвалидов (СКРИ).

### ***Методические материалы к выполнению реферата***

Реферат (от лат. 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 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.*

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – аналитическое задание.**

Охарактеризуйте международные практики оказания услуг в сфере туризма и гостеприимства лицам с ОВЗ.

Охарактеризуйте Федеральную целевую государственную программу «Доступная среда» на 2011-2020 гг. Дайте оценку ее реализации.

Правовые основы организации услуг для лиц с особыми потребностями в Российской Федерации. Федеральный закон «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»  
Адаптация объектов социальной инфраструктуры и услуг в приоритетных сферах жизнедеятельности лиц с ОВЗ

Сделайте обзор общих практик работы с лицами ОВЗ.

Назовите специфические особенности подготовки туристических мероприятий с участием лиц с ограниченными возможностями и обеспечение безопасности.

Виды социального туризма. Организация финансирования социального туризма.

Охарактеризуйте нормативно-правовую и организационную основы системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства.

Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.

Перечислите виды доступности среды.

Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ.

Психолого-когнитивные практики как здоровьесберегающие технологии. Творчество в практике работы с лицами с ОВЗ.

Обеспечение безопасности туристской деятельности лиц с отклонениями в состоянии здоровья.

Дайте рекомендации о предупреждении и преодолении конфликтных ситуаций в обслуживании туристов из числа лиц с ОВЗ.

Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Какова связь между отклонениями в состоянии здоровья, особыми потребностями, способом реализации инклюзивных процессов и условиями доступности среды?

Приведите примеры технических средств обеспечения доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.

Обеспечение доступности для лиц с ОВЗ пользования транспортом, услугами предприятий и организаций в сфере туризма и гостеприимства, услугами объектов общественного питания.

Перечислите виды нарушений функций организма, приводящие к инвалидности, и вызываемые ими ограничения способности осуществлять социально-бытовую деятельность.

Перечислите действия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов.

Охарактеризуйте особые потребности лиц с ОВЗ при различных видах коммуникации и в различных коммуникативных ситуациях.

Правила этикета при общении с инвалидами.

Каковы методы взаимодействия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов?

Приведите примеры видов барьеров при оказании услуг инвалидам.

Что понимается под разработкой и эксплуатацией средств пассажирского и индивидуального транспорта инвалидов?

Что понимается под разработкой средств информации и связи с учетом приспособления их для лиц с ограниченными возможностями?

Что понимается под реабилитацией инвалидов, каковы цели и средства реабилитации?

### *Методические материалы по выполнению практического задания*

## ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

### 1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

#### 2. Тема практического (семинарского) занятия -

#### Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

#### Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве

#### 3. Цели занятия.

- 1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
- 2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
- 3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
- 4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
- 5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

#### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения                        |
|-------|--|---|
| 1.    | Понятие доступной среды.   | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Социально-исторические аспекты создания безбарьерной среды жизнедеятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья. | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3.    | Общие подходы к обеспечению доступности для инвалидов объектов социальной инфраструктуры и услуг.                            | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

##### Введение.

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

#### Вопросы к обсуждению:

1. Кадровое обеспечение социального туризма
2. Категории потребителей санаторно-курортных услуг
3. Основы этики общения с лицами, имеющими особые потребности
4. Правила этикета при общении с инвалидами

### 1. Учебная дисциплина. ФОРМИРОВАНИЕ ИНКЛЮЗИВНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ И УЧРЕЖДЕНИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

#### 2. Тема практического (семинарского) занятия -

## **Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства**

### **Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма**

#### **3. Цели занятия.**

1. Изучение основ и специфики обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья в сфере туризма и гостеприимства.
2. Выявление закономерностей взаимоотношений общества и лиц с ограниченными возможностями здоровья.
3. Формирование четкого представления о доступной среде и различных средствах ее построения и обеспечения.
4. Формирование знаний о доступности услуг для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства.
5. Овладение приемами ведения просветительской работы в области инклюзивного взаимодействия в сфере туризма и гостеприимства.

#### **4. Структура практического (семинарского) занятия.**

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения                        |
|-------|--|---|
| 1.    | Нормативно-правовая и организационная основа системы обеспечения доступности для лиц с ОВЗ на предприятиях, организациях и учреждениях в сфере туризма и гостеприимства. | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Понятие доступной среды.   | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

Введение.

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

#### **Вопросы к обсуждению:**

1. Методы взаимодействия персонала при оказании ситуационной помощи различным группам инвалидов
2. Понятие туротерапия. Особенности участия лиц с ОВЗ в туристских мероприятиях.
3. Социально-психологические проблемы туристов с ограниченными возможностями при подготовке туристических мероприятий и пути их решения.
4. Формы обслуживания людей инвалидов. Использование возможностей человека с ОВЗ.

## **ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма практического задания: кейс-задание.**

**Содержание кейс-задания.**

#### **Вариант 1.**

Провести обследование объекта по степени приспособленности для инвалидов объектов городской инфраструктуры, заполнить анкету доступности для инвалидов общественных

зданий. На основании заполненной анкеты доступности с использованием формируется паспорт доступности объекта. Итогом выполнения кейс-задания является – разработка рекомендаций для администрации объекта (собственников, правообладателей) по повышению комфортности пребывания лиц с ОВЗ при посещении объекта (получении услуги). В качестве объекта выступает:

1. Гостиница
2. Ресторан
3. Экскурсионное бюро
4. Турагентство

В ходе обследования определяются:

- соответствие параметров элементов объекта и функциональных зон, обеспечивающих условия его доступности и предоставляемых услуг для инвалидов всех категорий условиям доступности, в том числе при оказании помощи инвалиду сотрудниками объекта или сопровождающим;
- рекомендации по адаптации основных функциональных зон объекта с последующим занесением этих данных в паспорт доступности объекта;
- разрабатывается план мероприятий по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и услуг (дорожная карта).

Кроме того, определяется порядок сопровождения инвалидов с тяжелыми ограничениями в передвижении и ориентации и оказания им помощи в преодолении препятствий для обеспечения получения услуги (услуг) и помощи в чрезвычайных ситуациях. В соответствии с установленным порядком сопровождения вносятся изменения в административный регламент в части организации работы по обеспечению доступности услуг, сопровождению инвалидов и оказанию им необходимой помощи в преодолении препятствий; в должностные инструкции лиц, назначенных за ответственными за организацию работы по обеспечению доступности объектов и услуг, за сопровождение инвалидов и оказание им необходимой помощи.

### **Вариант 2.**

- Подготовка информации об оказании услуг для лиц с ОВЗ для размещения в открытом информационном пространстве (на сайте объекта, на сайтах общественных объединений инвалидов, на информационных стендах и др.).
- Подготовка памяток для информирования по порядку сопровождения людей, пользующихся креслом-коляской, с нарушениями слуха, с потерей зрения, размещаемых на сайтах и информационных стендах объекта.

### **Вариант 3.**

Обеспечение доступности для лиц с ограниченными возможностями здоровья услуг организаций общественного питания:

- переоснащение ресторана специализированным оборудованием для инвалидов;
- создание специализированного кафе;
- предоставление специализированного оборудования для инвалидов с различной нозологией;
  - предложение услуг, обеспечивающих создание для посетителей с ограниченными возможностями повышенного уровня комфортности и высокую рентабельность предприятия.

### ***Методические материалы по выполнению практического задания***

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

6. Записать дату, тему и цель задания;
7. Ознакомиться с правилами и условиями выполнения практического задания;
8. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленную в программе;
9. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

10. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

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

***Критерии оценки практического задания:***

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

***Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):***

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – аналитическое задание**

Назовите и охарактеризуйте государственные программы по развитию безбарьерной среды для лиц с ограничениями жизнедеятельности: цель и задачи, механизмы реализации, результаты.

Охарактеризуйте участие общественности в решении проблем инвалидов. Приведите примеры.

Особенности организации и финансирования социального туризма.

Каковы могут быть формы подачи информации для лиц с ОВЗ?

Что понимается под культурой сервиса и морально-нравственным характером общения людей?

Дайте характеристику лиц с ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства.

Приведите пример программы туров для лиц с ОВЗ.

Дайте характеристику санаторно-курортным программам для лиц с ОВЗ.



Каковы современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма?

Что понимается под комплексной оценкой и проектированием пространств туристских центров на основе принципов безбарьерного туризма?

Приведите пример инновационных технологий, оборудования для организации путешествий для лиц с ОВЗ.

Что такое паспорт доступности. Дайте его характеристику.

Безбарьерная (доступная) среда жизнедеятельности для лиц с ограниченными физическими возможностями: понятие, состояние, пути развития и совершенствования.

Назовите элементы архитектурной доступности при получении услуг лицами с ОВЗ

Охарактеризуйте современное состояние и перспективы развития доступной и комфортной среды для лиц с ограниченными физическими возможностями.

Что понимается под доступностью зданий и сооружений для маломобильных групп населения?

Каковы требования к уровню подготовки персонала для работы с лицами с ОВЗ в сфере гостеприимства?

Охарактеризуйте сопровождение инвалидов при заселении в гостиницу и при оказании им услуг?

Охарактеризуйте особенности общения с инвалидами, имеющими нарушение зрения или незрячими.

Охарактеризуйте особенностями общения с инвалидами, имеющими нарушение слуха.

Опишите сопровождение лиц с ОВЗ в сфере гостеприимства и туризма.

Что такое здоровьесберегающие туристско-рекреационные технологии для лиц с ОВЗ?

### *Методические материалы по выполнению практического задания*

## УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Раздел 1. Услуги туризма и гостеприимства для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Тема 1.1. Характеристика лиц ОВЗ как потребителей услуг туризма и гостеприимства

Иллюстрации:

**Нозологическая классификация**

1. Болезнь лучевая.
2. Заболевания глаз.
3. Заболевания инфекционные.
4. Заболевания кожи.
5. Заболевания молочных желез.
6. Заболевания нервной системы.
7. Заболевания опорно-двигательного аппарата и соединительной ткани.
8. Заболевания органов ЖКТ и гепатобилиарной зоны.
9. Заболевания органов кроветворения.
10. Заболевания органов респираторной системы.
11. Заболевания органов слуха.
12. Заболевания полости рта.

Источник: <https://theslide.ru/img/thumbs/a314d7db02f5a81d3b4c328b205bc830-800x.jpg>



Источник:

<https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/4/4B9XiLJZV8M5aRojP6fdEYHGIVEkwQg71AzCpx/slide-3.jpg>

**Особые условия для лиц в ОВЗ**

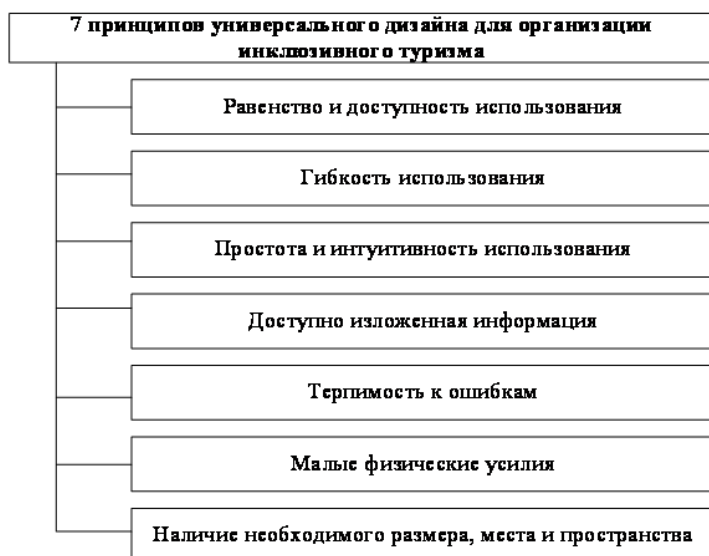
|   |  |
|---|--|
| <b>Для глухих и слабослышащих</b>                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• звукоусиливающая аппаратура;</li><li>• наличие ассистента-сурдопереводчика</li></ul>   |
| <b>Для слепых</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• ЭМ и письменная экзаменационная работа оформляются шрифтом Брайля;</li><li>• возможность выполнения экзаменационной работы на ПК;</li><li>• возможность сдать ГВЭ в устной форме</li></ul> |
| <b>Для слабовидящих</b>                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• ЭМ копируются в увеличенном размере;</li><li>• наличие увеличительного устройства в аудитории;</li><li>• индивидуальное освещение не менее 300 люкс</li></ul>                              |
| <b>Для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• возможность выполнения экзаменационной работы на ПК;</li><li>• возможность сдать ГВЭ в устной форме</li></ul>  |



**Рис. Запрещающий знак для передвижения инвалидов на коляске.** Источник: [https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient\\_osobymi\\_potrebnostyami\\_turistskih\\_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455](https://bstudy.net/754398/psihologiya/klient_osobymi_potrebnostyami_turistskih_uslugah?ysclid=lh2he4bixi560667455)

## Тема 1.2. Технологии и факторы развития туризма для лиц с ОВЗ

### Иллюстрации:



**Рис.1. Принципы универсального дизайна в инклюзивном туризме** Источник: <https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120>

### Сводная таблица качества жизни для людей с ограниченными возможностями здоровья за рубежом [13]

| Наименование страны | Доля лиц с ОВЗ | Характеристика   |
|---------------------|----------------|--|
| Финляндия           | 32,2 % [21]    | 1. Оборудование элементами доступной среды более 70% зданий и сооружений;<br>2. Обслуживание, реконструкция жилья для лиц с ОВЗ, переселение в дома, предназначенные для маломобильных групп;<br>3. Определение на законодательном уровне о необходимости проектирования зданий с элементами доступной среды;<br>4. Оснащение беспрепятственным доступом к социально-культурным объектам показа; |

|                |             |  |
|----------------|-------------|--|
|                |             | 5. Организация движения, перевозка лиц с ОВЗ, бесплатный общественный транспорт.   |
| Германия       | 23 % [10]   | 1. Адаптация 70% транспортной сети для инвалидов-колясочников;<br>2. Оборудование жилых домов элементами доступности (планировка, лифты, коридоры);<br>3. Оборудование элементами доступности мест досуга и отдыха;<br>4. Адаптированы туристические маршруты, пляжи для передвижения на колясках. |
| Великобритания | 27,2 % [21] | 1. Проектирование и строительство частных жилых домов с учетом требований доступности для лиц с ОВЗ с 2000г.<br>2. Запрещено отказывать в обслуживании лицам с ОВЗ.  |
| Израиль        | 9 % [11]    | 1. Определение на законодательном уровне с 2005г. о необходимости оборудования учреждений и мест общественного пользования специальными приспособлениями и элементами доступной среды.   |

Источник: <https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120>

### Меры поддержки граждан с ограниченными возможностями [13]

| Наименование страны | Субсидии   | Дотации   |
|---------------------|--|---|
| Франция             | Субсидирование 6% рабочих мест на предприятиях, содействие самозанятости, предоставление социальное жилья в арендной форме.  | Улучшение жилищных условий, модернизация рабочих мест, техническое обслуживание, заработная плата |
| Финляндия           | Профессиональная реабилитация, переподготовка кадров, содействие занятости и профессиональному развитию для лиц с ОВЗ, жилье распространяются на постоянное арендное или собственное жилье, а также жилье с правом проживания. | Оплата жилья, оказание социальной помощи для лиц с ОВЗ.   |
| Германия            | Федеральная программа занятости предусматривает квоты как лиц с ОВЗ, так и субсидии работодателям их трудоустраивающих.  | Религиозные общины и церкви, содержащие дома для лиц с ОВЗ  |
| Израиль             | Пребывание в специальных центрах от социальных служб.  | Приобретение жилья, транспортных средств, среднее специальное образование                         |
| Великобритания      | Оплата ЖКХ, квотирование и резервирование рабочих мест для лиц с ОВЗ, компенсация налогов, уплаченных работодателем за маломобильных лиц.  | Оборудование, приобретение транспортного средства.  |

Источник: <https://1economic.ru/lib/117194?ysclid=lh2hhz5v3n502218120>

## Раздел 2. Организация доступной и безбарьерной среды для лиц с ОВЗ в сфере туризма и гостеприимства

### Тема 2.1. Инфраструктура безбарьерной среды в туризме и гостеприимстве

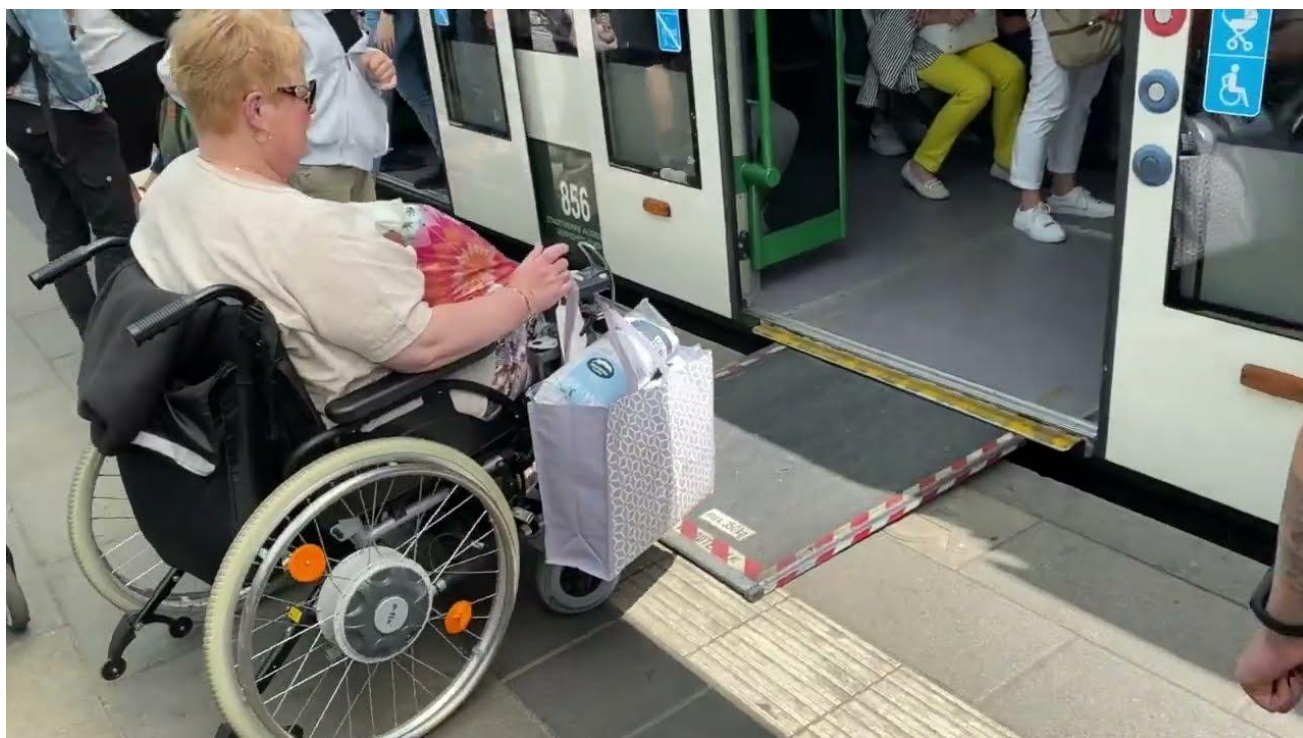
#### Иллюстрации:



<https://dsprus.ru/upload/medialibrary/%D0%94%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D0%B8%D0%BD%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B4%D0%BE%D0%B2.jpg>



**Тема 2.2. Современные требования к гостиничной инфраструктуре, транспорту с учетом задач безбарьерного туризма**  
**Иллюстрации:**



<https://i.ytimg.com/vi/LGguW9Ue0fw/maxresdefault.jpg>

### Паспорт доступности объекта социальной инфраструктуры

| Основные зоны на объекте                             |  |  |  |  |
|--|---|---|---|---|
| Входная группа и пути движения к зоне оказания услуг | Доступно  | Доступно  | Доступно  | Доступно условно  |
| Зона оказания услуг                                  | Доступно  | Доступно  | Доступно условно  | Доступно условно  |
| Санитарно-гигиеническое помещение                    | Доступно условно  | Доступно  | Доступно  | Доступно условно  |

\* Доступно условно - требуется помощь сотрудника

Источник:

[https://yandex.ru/images/search?pos=3&from=tabbar&img\\_url=http%3A%2F%2Fcnkid.ru%2Fnovosti%2Finnv\\_pic.jpg&text=%D0%BF%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82+%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8&rpt=simage&lr=10740](https://yandex.ru/images/search?pos=3&from=tabbar&img_url=http%3A%2F%2Fcnkid.ru%2Fnovosti%2Finnv_pic.jpg&text=%D0%BF%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82+%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8&rpt=simage&lr=10740)

## 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

и.о. декана факультета политических и  
социальных технологий

\_\_\_\_\_/Пивнева С.В./

28.03.2023 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**АДАПТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ  
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**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) «Адаптивные информационные технологии 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: канд. пед. наук, доцент С.В. Крапивка.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры информационных технологий, искусственного интеллекта и общественно-социальных технологий цифрового общества факультета социальных и политических технологий. Протокол № 7 от «28» марта 2023 года.

Заведующий кафедрой  
канд. пед. наук, доцент



С.В. Крапивка

\_\_\_\_\_  
(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  |
| 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ .....  | 10 |
| 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 ..... | 19 |
| 3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося .....       | 20 |
| ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....   | 22 |

# 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 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  |
|--|--|
| <b>РАЗДЕЛ 1. Технологии использования адаптированной компьютерной техники в процессах сбора, хранения и обработки информации</b> |  |
| <b>Тема 1.1. Использование адаптированной компьютерной техники в процессах сбора, хранения информации</b>                        | Современное состояние уровня и направлений развития технических и программных средств универсального и специального назначения. Тифлотехнические средства для студентов с нарушениями зрения. Приемы использования тифлотехнических средств реабилитации (для студентов с нарушениями зрения) в процессах сбора и хранения информации. Использование брайлевской техники, видеоувеличителей, программ синтезаторов речи, программ незрительного доступа к информации. Сурдотехнические средства для студентов с нарушениями слуха. Сурдотехнические средства реабилитации. Приемы использования сурдотехнических средств реабилитации (для студентов с нарушениями слуха) в процессах сбора и хранения информации. |
| <b>Тема 1.2. Использование адаптированной компьютерной техники в процессах обработки информации</b>                              | Тифлотехнические средства реабилитации. Приемы использования тифлотехнических средств реабилитации (для студентов с нарушениями зрения) в процессах обработки информации. Приемы использования сурдотехнических средств реабилитации (для студентов с нарушениями слуха) в процессах обработки информации. Использование индивидуальных слуховых аппаратов и звукоусиливающей аппаратуры   |
| <b>РАЗДЕЛ 2. Использование информационных технологий в профессиональной и</b>  |  |

| <b>научно-исследовательской деятельности пользователями с ограниченными возможностями здоровья</b>                    |  |
|---|--|
| <b>Тема 2.1. Использование информационных технологий в профессиональной деятельности пользователями с ОВЗ</b>         | <p>Специальные возможности операционных систем для пользователей с ограниченными возможностями здоровья. Ассистивные технологии в профессиональной деятельности: программы распознавания речи, фильтры клавиатуры, сенсорные экраны, эргономичные клавиатуры и мыши, джойстики, трекболы, программы экранной клавиатуры.</p> <p>Информационные технологии обработки текстовых данных в профессиональной деятельности.</p> <p>Информационные технологии обработки табличных данных в профессиональной деятельности. Средства анализа и визуализации данных.</p> <p>Информационные технологии подготовки презентаций по результатам профессиональной и деятельности.</p> |
| <b>Тема 2.2. Использование информационных технологий в научно-исследовательской деятельности пользователями с ОВЗ</b> | <p>Ассистивные технологии в научно-исследовательской деятельности.</p> <p>Информационные технологии обработки текстовых данных в научно-исследовательской деятельности.</p> <p>Информационные технологии обработки табличных данных в научно-исследовательской деятельности.</p> <p>Средства анализа и визуализации экспериментальных данных.</p> <p>Информационные технологии подготовки презентаций по научно-исследовательской деятельности.</p> <p>Информационные технологии работы в библиографических и реферативных базах данных.</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.

- 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 (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. Технологии использования адаптированной компьютерной техники в процессах сбора, хранения и обработки информации**

### **Тема 1.1. Использование адаптированной компьютерной техники в процессах сбора, хранения информации**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Поиск информации.
2. Поисковые системы.
3. Правила формирования поисковых запросов.
4. организация хранения файлов на дисках.
5. резервное копирование данных.
6. облачное хранение данных.

### **Тема 1.2. Использование адаптированной компьютерной техники в процессах обработки информации**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. ... Средства автоматизации работы с текстовыми данными.
2. Совместная работа с текстовыми документами.
3. Защита текстовых документов.
4. Средства анализа больших данных.
5. Автоматизация работы с электронными таблицами.
6. Совместная работа с табличными документами.
7. Защита табличных документов.
8. Сравнительная характеристика текстовых процессоров.
9. Сравнительная характеристика табличных процессоров.

## **РАЗДЕЛ 2. Использование информационных технологий в профессиональной и научно-исследовательской деятельности пользователями с ограниченными возможностями здоровья**

### **Тема 2.1. Использование информационных технологий в профессиональной деятельности пользователями с ОВЗ**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Адаптированные средства для пользователей компьютера с нарушением зрения.



2. Адаптированные средства для пользователей компьютера с нарушением слуха.
3. Адаптированные средства для пользователей компьютера с нарушением зрения и слуха.
4. Адаптированные средства для пользователей компьютера с нарушениями опорно-двигательного аппарата.
5. Универсальные адаптированные средства.
6. Адаптивные способы работы в текстовых процессорах.
7. Адаптивные способы работы в табличных процессорах.
8. Адаптивные возможности программ создания презентаций

## **Тема 2.2. . Использование информационных технологий в научно-исследовательской деятельности пользователями с ОВЗ**

### **Вопросы для самоподготовки:**

1. ...Ассистивные технологии в научно-исследовательской деятельности.
2. Информационные технологии обработки текстовых данных в научно-исследовательской деятельности.
3. Информационные технологии обработки табличных данных в научно-исследовательской деятельности.
4. Средства анализа и визуализации экспериментальных данных.
5. Информационные технологии подготовки презентаций по научно-исследовательской деятельности.
6. Информационные технологии работы в библиографических и реферативных базах данных.

## **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 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 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 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 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. 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 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 обобщенных 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 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:

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

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 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:

| <b>Рубежный рейтинг</b>        | <b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>  |
|--------------------------------|---|
| 19-20<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>баллов  | обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания  |
| 0 рейтинговых<br>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


| №<br>п/п | Содержание изменения   | Реквизиты<br>документа<br>об утверждении<br>изменения                                     | Дата<br>введения<br>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<br>Ученого совета института<br>№ 2<br>от «27» 04 2023 года             | 01.09.2023                    |
| 2.       |  | Протокол заседания<br>Ученого совета факультета<br>№ _____<br>от « ____ » _____ 20__ года | __-__-____                    |
| 3.       |  | Протокол заседания<br>Ученого совета факультета<br>№ _____<br>от « ____ » _____ 20__ года | __-__-____                    |
| 4.       |  | Протокол заседания<br>Ученого совета факультета<br>№ _____<br>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)**

**ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ  
ПРОДУКТОВ**

**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) «Цифровой маркетинг и продвижение туристских и гостиничных продуктов» 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 г № 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) .....   | 7  |
| 1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля) .....  | 12 |
| 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ .....  | 14 |
| 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ .....  | 25 |
| 3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) .....  | 25 |
| 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). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю) .....   | 28 |
| КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....  | 28 |
| Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) .....                             | 54 |
| КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....  | 54 |
| Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю) .....   | 66 |
| УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....  | 66 |
| ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....   | 69 |



# 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   |
|---|---|
| <b>РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма</b>                            |   |
| <b>Тема 1.1. Введение в цифровой маркетинг. Характеристика Интернет как цифровой среды маркетинга</b> | Ведение в маркетинг-микс. Сущность, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами в интернете. Формирование маркетинговой стратегии в интернете. Персонализация в процессе управления поведением потребителей в цифровом маркетинге. Клиентоориентированный маркетинг как основа digital-маркетинга. Персонализация в процессе управления поведением потребителей в цифровом маркетинге: понятие типов потребителей и целевой аудитории интернет-рекламы (поколенческая психология). Реализация концепции цифрового маркетинга. Формирование маркетинговой стратегии в интернете |
| <b>Тема 1.2. Сущность, характеристика и</b>   | SEO как инструмент интернет-маркетинга, понятие SEO. Веб-технологии. Принципы работы поисковых машин.   |

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

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

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

###### **Вопросы для самоподготовки:**

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

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

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Изучить этапы работы с клиентами в индустрии туризма в цифровой среде.  
Подготовить развернутый ответ на вопрос дискуссии, в чём принципиальная разница между интернет-продажей и электронной коммерцией в индустрии туризма
2. Обоснованные выводы и необходимая информация для принятия управленческих решений на этапе выбора платформы интернет-маркетинга.
3. Практические навыки поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной маркетинговой информации в целях мониторинга коммуникаций в интернете.
4. Современные требования к ответственности цифровых коммуникаций.
5. Органы, уполномоченные осуществлять контроль за деятельностью в интернете туристской организации.

## **РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма**

### **Тема 2.1. Современные технологии цифрового маркетинга в индустрии туризма**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Рассмотреть преимущества внедрения системы взаимоотношений с клиентами на различных интернет-платформах в сфере туризма и гостеприимства.
2. Изучить и подготовить комплекс материалов по формированию единой философии рыночного участия туристской организации с учетом особенностей функционирования цифрового маркетинга (на примере российских и зарубежных компаний).
3. Изучить и подготовить комплекс материалов по формированию модели поведения покупателя и выбора оптимальной стратегии в интернете в зависимости от целей туристской.
4. Изучить и подготовить комплекс материалов по анализу примеров российских исследований поведения потребителей в Рунете в сфере туризма и гостеприимства
5. Изучение дополнительного материала по теме «Документы коммерческих организаций по
6. информационной политике организации».
7. Подробное изучение современных принципов, особенностей, проблем информационной политики в индустрии туризма (см. список рекомендуемой литературы).
8. Подготовка дополнительных материалов (прикладного характера, например, статей, концепций и т.п.) по теме «Специфика проведения информационных кампаний туристской
9. организации».
10. Проанализировать структуру, механизм и содержание защиты от информационного несанкционированного доступа.

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

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Проанализировать основания и методики отнесения сведений к коммерческой тайне. Подробно изучить этапы данного процесса.
2. Творческий проект «Разрешительная (разграничительная) система доступа должностных лиц,
3. работников к конфиденциальным сведениям, документам и базам данных».
4. Творческий проект «Обязанности должностных лиц, допущенных к сведениям, составляющим коммерческую тайну».



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

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

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

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

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

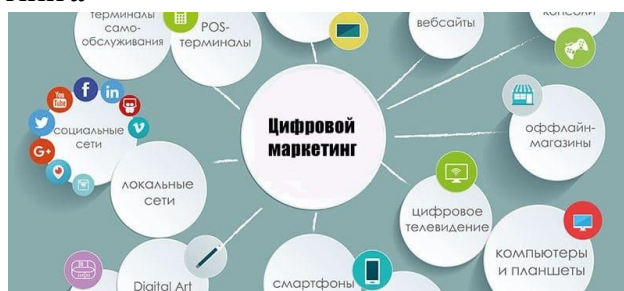
10. Подробно изучить показатели эффективности smm-кампании: повышение узнаваемости бренда туристской организации.

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

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

## РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма

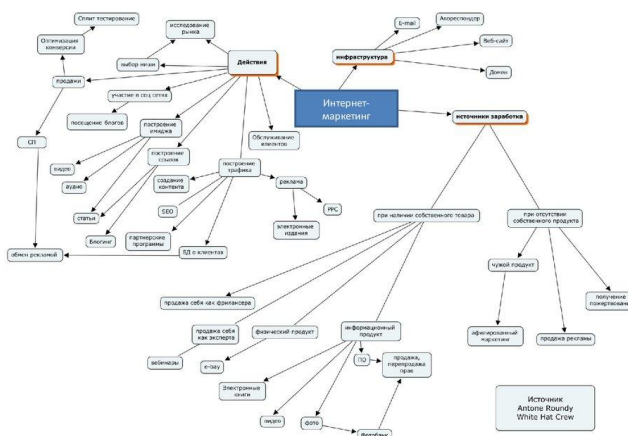
### Тема 1.1. Введение в цифровой маркетинг. Характеристика Интернет как цифровой среды маркетинга



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

Рисунок Цифровой маркетинг: теория и практика 86В

Схема интернет-маркетинга в концепции Antone Roundy, White Hat Crew



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

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

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



Источник: [https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project\\_modules/max\\_1200/bcfb0a100095949.5f018de7abbc2.jpg](https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/max_1200/bcfb0a100095949.5f018de7abbc2.jpg)

**Рисунок Эффективные инструменты интернет-маркетинга**

**РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма**

**Тема 2.1. Современные технологии цифрового маркетинга в индустрии туризма**



Источник: [http://rrbusiness.ru/media/uploads/2017/04/19/screenshot\\_10.jpg](http://rrbusiness.ru/media/uploads/2017/04/19/screenshot_10.jpg)

**Схема Перспективы развития виртуального информационного пространства в туристской индустрии**

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



Источник: [https://pandia.ru/text/82/153/images/img15\\_6.png](https://pandia.ru/text/82/153/images/img15_6.png)

### Схема Направления оценки эффективности маркетинговых коммуникаций



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

### Рисунок Повышение эффективности маркетинга в сфере фаст-кэжуал

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Цифровой маркетинг и продвижение туристских и гостиничных продуктов» 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 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, 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. 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 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 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:

| <b>Вид учебного действия</b>                | <b>Максимальная рейтинговая оценка, баллов</b> |
|---|--|
| академическая активность                    | 10   |
| практические задания                        | 40   |
| <i>из них: текущие практические задания</i> | 20   |

|                                      |           |
|--------------------------------------|-----------|
| <i>итоговое практическое задание</i> | 20        |
| рубежи текущего контроля             | 30        |
| <b><i>ИТОГО:</i></b>                 | <b>80</b> |

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 магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

| <b>Рубежный рейтинг</b>        | <b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>  |
|--------------------------------|---|
| 19-20<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>баллов  | обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания  |
| 0 рейтинговых<br>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. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ И ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ ПРОДУКТОВ

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

3. Цели занятия.

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

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

4. Структура лекционного занятия.

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

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

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

Текст лекции.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### 1. Изучите аудиторию

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

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

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

Опросы и формы обратной связи

Обсуждения с сотрудниками отделов продаж и поддержки клиентов

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

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

## 2. Поставьте цели

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

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

Specific — конкретной

Measurable — измеримой

Attainable — достижимой

Relevant — сопоставимой

Time-bound — ограниченной по времени

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

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

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

## 3. Оцените прошлую работу

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

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

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

## 4. Тщательно продумайте все основные моменты

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

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

Ваш бюджет. Сколько вы можете потратить на цифровой маркетинг?

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

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

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

## 5. Составьте план

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

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

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

Пять примеров стратегии цифрового маркетинга, которые вас вдохновят

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

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

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

### 1. Пример контент-маркетинга: Buffer

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

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

Тем не менее, они были недовольны тем, что пренебрегали собственным сайтом. Но в последующие годы компания завоевала авторитет в индустрии благодаря публикациям высококачественного контента в своих блогах.

Вы заметили, что в предыдущем абзаце упоминаются «блоги», а не «блог»? Все верно — у них было два разных блога, адресованных разной аудитории:

Блог Buffer: все о социальных сетях, маркетинге, а также о возможностях и обновлениях Buffer.

Открытый блог: все об удаленной работе, корпоративной культуре и развитии компании.

### 5 Digital Marketing Strategy Examples 2

(Источник: Блог Buffer)

И хотя контент-маркетинг обычно ориентирован на создание электронных книг и публикаций в блогах, компания Buffer доказала, что маркетинговая стратегия не

ограничивается печатным словом. Они запустили подкаст под названием «Наука социальных сетей», где делятся идеями и ценной информацией о социальных сетях.

## 2. Пример контент-маркетинга: Airbnb

И снова мы видим, что не нужно ставить знак равенства между контент-маркетингом и старыми добрыми публикациями в блогах. Это доказала компания Airbnb.

Лучшим примером стали их путеводители по окрестностям, которые оказались очень полезными для путешественников, ищущих временное жилье в определенной местности.

### 5 Digital Marketing Strategy Examples 3

(Источник: Airbnb Neighborhood Guide)

С помощью этих путеводителей пользователи могут находить достопримечательности, развлечения, рестораны и другие местные объекты. Сотрудники компании Airbnb активно применяют пользовательский контент, включая обзоры, рекомендации и советы, в результате которых создается реалистичное представление о данной местности.

Конечно, цель Airbnb состоит в том, чтобы люди ездили в отпуска и снимали предлагаемое компанией жилье. Поэтому, благодаря таким путеводителям, пользователи узнают о лучших предложениях Airbnb и останавливаются в этих домах и квартирах. Это прекрасный пример рекламного контента, приносящего реальную пользу.

Кроме этого, сотрудники Airbnb предоставляют пользователям информацию и ресурсы, чтобы те сами создавали высококачественный контент, который впоследствии будет использован при формировании списков недвижимости, публикуемых на сайте компании.

«Например, когда домовладелец выкладывает свою информацию на сайте Airbnb, мы даем советы о том, как лучше описать дом, сообщаем о ценах на аналогичную недвижимость в его районе и предлагаем идеи услуг, которые хотели бы получить гости», — объясняет Марисса Филлипс, директор по контенту в компании Airbnb.

## 3. Пример маркетинга в социальных сетях: Glossier

Можно назвать множество факторов, которые внесли свой вклад в неоспоримый успех бренда декоративной косметики Glossier. И немалую роль в этом успехе сыграли публикации в социальных сетях.

Руководители компании с самого начала отдали приоритет рекламе в социальных сетях (в первую очередь в Instagram), и им даже удалось привлечь 13 тысяч подписчиков в Instagram, прежде чем был выпущен первый продукт.

Но как? Частично этот впечатляющий успех объяснялся тем, что сотрудники компании очень хорошо понимали свою аудиторию и сумели создать публикации, находящие отклик у читательниц.

«У современной женщины есть ровно пять минут, чтобы накраситься и выбежать из дома. Таков мир, в котором она живет, но при этом ей все равно хочется хорошо выглядеть и прилагать для этого минимум усилий», — сказала основательница Glossier Эмили Вайс в интервью для Entrepreneur.

Это тот образ, который они отражают в своих публикациях. Изображения не выглядят излишне стилизованными или безупречными и обычно показывают нам живых людей в реалистичной обстановке (с детьми, животными, в салоне самолета и т. д.).

### 5 Digital Marketing Strategy Examples 4

(Источник: Glossier Instagram)

В то время как другие бренды пытаются охватить тысячи людей для продвижения своей продукции, Glossier использует другой подход, полагаясь на своих преданных клиенток и поклонниц.

В ходе одного из запусков нового продукта, руководству компании пришла идея подарить образцы продукта пятистам самым преданным поклонницам, которые постоянно покупали их продукцию или активно взаимодействовали с брендом в Интернете. Эти девушки разрекламировали продукт на собственных страницах в соцсетях. А что в итоге? Очень оригинальная кампания в социальных сетях, оказавшаяся невероятно успешной.

#### 4. Пример email-маркетинга: BuzzFeed

Сотрудники компании BuzzFeed так успешно занимаются цифровым маркетингом, что создается впечатление, будто они завоевали весь Интернет. Но из всех направлений их маркетинговой деятельности особенно выделяется email-маркетинг.

Сейчас, когда наши почтовые ящики завалены письмами, email-marketing становится настоящей проблемой. Как сделать так, чтобы люди открывали и читали ваши электронные послания, а не удаляли их не глядя (или, того хуже, чтобы не отписывались от рассылки)?

Сотрудники BuzzFeed доказывают своим примером, что самое важное — это персонализация. Они знают: чтобы пользователи открывали входящие письма, в них должен содержаться контент, который эти пользователи хотели бы получить. Но при этом рассылать таргетированный контент очень сложно, если вы обращаетесь ко всей аудитории целиком.

Поэтому специалисты BuzzFeed сегментировали свою рассылку вплоть до учета очень специфичных интересов (например, вы можете подписаться, чтобы получать раз в день одну фотографию с симпатичной собакой).

#### 5 Digital Marketing Strategy Examples 5

(Источник: новостные рассылки Buzzfeed)

У них есть десятки различных рассылок, на которые можно подписаться, и при этом подписчики всегда знают, что им можно ждать от рассылаемого контента и насколько часто они будут получать новые сообщения. Кроме того, пользователям предлагаются различные челленджи, на которые можно подписаться, чтобы делать маленькие шаги к достижению своей цели.

А что в итоге? Высококачественный таргетированный контент, которого ждут пользователи.

#### 5. Пример email-маркетинга: Adobe

Сегментация — это очень мощный инструмент. Но если у вас нет такой огромной аудитории, как у BuzzFeed, идея создать множество различных рассылок может показаться самоубийственной.

Хорошо, что это не единственный способ рассылать персонализированный контент по электронной почте или узнавать информацию о подписчиках. Прекрасный образец такой стратегии использует компания Adobe. Несмотря на то, что у них тоже огромная аудитория, они применяют несколько иной подход к персонализации.

Взгляните на приведенный ниже пример электронного сообщения, где два призыва к действию расположены рядом друг с другом. Это позволяет подписчикам выбрать, условно говоря, собственное приключение, а также помогает специалистам компании Adobe больше узнать об интересах конкретного клиента.

#### 5 Digital Marketing Strategy Examples 6

(Источник: Электронное сообщение от Adobe, отправленное с помощью сервиса CoSchedule)

Кроме того, Adobe предлагает новостную рассылку Adobe & You, в которую включен еще более персонализированный контент для подписчиков, в том числе новости из мира

цифрового маркетинга, советы по работе с Adobe и сведения о местных мероприятиях и курсах обучения.

Создайте собственную стратегию цифрового маркетинга и привлекайте аудиторию

В наши дни цифровой маркетинг стал насущной необходимостью для компаний, которые стремятся создать узнаваемый бренд и привлечь аудиторию. Но это не отменяет того факта, что формирование собственной стратегии может оказаться очень сложной задачей.

Но вы можете разбить эту задачу на простые шаги:

Изучите аудиторию.

Поставьте цели.

Оцените прошлую работу.

Тщательно продумайте все основные элементы стратегии цифрового маркетинга.

Составьте план.

Сделайте это, вдохновляясь приведенными примерами, и ваши усилия в сфере цифрового маркетинга начнут приносить более существенные результаты.

Внедрив надежную стратегию цифрового маркетинга, можете приступить к реализации ваших планов. Wrike помогает тысячам маркетинговых команд воплощать свои идеи в жизнь и добиваться поставленных целей. Хотите знать, как Wrike может помочь вашим маркетологам?

#### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Специфика мероприятий цифрового маркетинга в России.
2. Средства Интернет коммуникации.
3. PR-кампания в Интернете.
4. Интерактивный цифровой маркетинг: социальные сети и директ-маркетинг.
5. Понятие контекстной рекламы.

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

2. РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма/ Тема 1.2. Сущность, характеристика и классификация Интернет-ресурсов как инструментов цифрового маркетинга - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

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

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

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)             | Методы и средства обучения   |
|-------|---------------------------------|--|
| 1.1.  | Инструменты интернет-маркетинга | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |



|      |   |  |
|------|---|--|
| 1.2. | Оптимизация под поисковые системы (SEO):<br>содержание, специфика, аналитика,<br>взаимодействие с другими инструментами<br>цифрового маркетинга | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением<br>обратной связи<br>Заключительная лекция |
|------|---|--|

## 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

### Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Сущность, характеристика и классификация интернет-ресурсов как инструментов цифрового маркетинга

### Текст лекции.

Инструменты цифрового маркетинга и возможности реализации маркетинговой коммуникации и кооперации.pdf

Особенности цифрового маркетинга и его инструментов В первую очередь, цифровой маркетинг с его различными каналами и инструментами обладает высокой степенью персонализации. Если традиционный маркетинг направлен на массового потребителя, то в Интернете учитывается мнение каждого (в определенной мере) и с каждым происходит взаимодействие. Другими словами, продвижение в Интернете направлено на завоевание одиночных клиентов. Также наличие персональной информации позволяет проводить четкий таргетинг (рекламный механизм, позволяющий выделить целевую аудиторию и показать рекламу именно ей) в рекламных кампаниях. Во-вторых, цифровой маркетинг интерактивен: клиенты активно вовлекаются во многие бизнес-процессы. Сюда можно отнести участие в опросах, формирование репутации фирмы, привлечение новых клиентов и тому подобное. Кроме этого, клиенты посредством созданного компанией интернет-сервиса могут выполнять часть важных задач, таких как формирование заказов, заказ звонков, обращение к онлайн-консультантам. Цифровой маркетинг отличается огромным количеством информации, недоступной в оффлайне. К примеру, в Интернете можно с высокой долей точности оценить эффективность рекламы, количество посетителей, интересы, которые привели их на сайт, получить обширную обратную связь, успешно проводить конкурентную разведку и прочее. В частности, маркетинговые эксперименты (например, апробация новой рекламной кампании или товаров) в Интернете требуют меньших затрат и средств, и времени, чем в оффлайне. В Интернете менее существенным становится территориальное сегментирование рынка. Переход из одного интернет-магазина в другой потребует от потенциального клиента намного меньше усилий, чем переход между оффлайн-магазинами.

Выход фирмы в Интернет позволяет сократить производственные транзакционные, трансформационные и рекламные издержки. При этом фирма должна быть готова к быстрому сжатию или расширению бизнес-процессов, которые могут потребоваться вследствие изменчивой природы Интернета. Действительно, на приток покупателей оказывают существенное влияние сторонние силы: поисковые системы, рекламные площадки и другие. Для успешного использования инструментов цифрового маркетинга фирма должна

сформировать положительный облик, вызывающий доверие у потенциального клиента. Западные потребители уже давно трепетно относятся к благонадежности интернет-компаний и уделяют внимание проверке и изучению сертификатов, разрешений, систем защиты. Влияние оказывает и внешнее оформление сайта фирмы, его работоспособность, оперативность менеджеров при обработке обращения на сайте и многое другое. Эти тенденции постепенно набирают обороты в России, так как интернет-сообщество развивается и учится противостоять мошенникам и спамерам.

Поскольку потребители в основном общаются с компанией через интернет-представительство (например, сайт или группа в социальной сети) необходимо, чтобы оно работало в режиме 24 часа 7 дней в неделю. Все клиенты ожидают быстрого отклика от Вашей фирмы. Традиционный и цифровой маркетинг отличаются и по способу доставки сообщений. В традиционных СМИ используется push-модель, в которой потребители пассивны, а поставщиками информации являются фирмы. Интернет же относят к pull-модели, в которой пользователь получает информацию в ответ на запрос. Активная роль потребителей позволяет им контролировать процесс поиска информации. Это создает между фирмами-конкурентами жесткое соперничество за внимание потребителя.

Интернет дает широкие возможности для поддержания долгосрочных отношений с потребителями, что является экономически более выгодным, чем привлечение новых потребителей.

Принцип Парето утверждает, что около 80 % дохода компании обеспечивается 20 % ее клиентов.

Для продажи единицы товара торговому представителю в среднем требуется лишь 2-3 обращения к уже существующим клиентам, в сравнении с десятком аналогичных к новым потенциальным покупателям.

Заключить сделку с уже имеющимся клиентом дешевле в 5-10 раз, чем добиться этой же сделки с новым покупателем.

Увеличение доли постоянных покупателей на 5 % выражается в общем увеличении объемов продаж более чем на 25 %.

Цифровой маркетинг идет рука об руку с оффлайн-бизнесом и оффлайн-маркетингом. Интернет – это еще один способ расширить бизнес и увеличить прибыль, при этом он не является отдельным направлением или дочерней веткой. Говоря о синергии он-лайн и оффлайн, часто употребляют термин Omni-channel – подходе, принципами которого являются цельность и согласованность пользовательского опыта. Omni-channel обеспечивает интегрированность продаж – не важно, каким образом покупатель собирается совершить покупку, важно, чтобы он мог сделать это любым способом, который он выберет, будь то оффлайн-магазин, интернет-магазин, продажи через мобильные устройства, продажи через социальные сети или по телефону. При этом потребитель не должен чувствовать разницы в каналах, приобретая товар тем способом, каким ему удобно в данный момент, получая и возвращая в случае необходимости товар там, где ему комфортнее.

Он-лайн играет в omni-channel значительную роль. В первую очередь это связано с образом жизни современного общества. Люди повсеместно используют Интернет для работы и развлечений. Доля интернет пользователей постоянно растет, и многие вещи, такие как покупка и продажа он-лайн, становятся обыденным делом.

Продвижение в цифровом маркетинге.

Освоение любого нового рынка всегда требует издержек, поэтому решение о выходе в Интернет должно быть осознанным. Обычно это решение поддерживается стремлением к одной или нескольким целям.

- Избежать давления на физическом рынке.
- Поиск нового сегмента потребителей.
- Обслуживание имеющихся клиентов через новый канал, поддержание лояльности.
- Сокращение издержек.

С одной стороны, выйти в Интернет для фирмы проще, чем завоевать определенные позиции в оффлайне. Многие начинающие фирмы выбирают Интернет из-за более низкого «входного» порога – требуется существенно меньше денежных и временных затрат для получения первых клиентов.

Однако, это дает и обратный эффект: конкуренция в Интернете высокая, и люди легко изменяют фирмам.

Маркетинговые технологии, описанные выше, отлично работают и в цифровом маркетинге. При этом поиск информации становится даже проще: мнения, страхи, критерии покупки целевой аудитории легко находить на форумах и в блогах, для поиска конкурентов уже существуют специальные сервисы, анализирующие рекламу в Интернете (например, [semrush.com](http://semrush.com) и [spywords.ru](http://spywords.ru)).

Цифровой маркетинг, как и традиционный маркетинг, начинается с описания целевой аудитории.

Специфика интернет-аудитории накладывается и на портреты потенциальных клиентов. У них свои привычки и ожидания, на сайте и в магазине люди будут вести себя по-разному. Портреты целевой аудитории, по сути, задают вектор всего продвижения: нужно продвигаться там, где живет аудитория, и использовать те маркетинговые зацепки, которые будут интересны именно этим людям. Важно обращать внимание на их желания и закрывать страхи и возражения, которые возникают еще на этапе ознакомления с рекламой или сайтом. В процессе продвижения в Интернете сайт является точкой коммуникации и кооперации потенциальных потребителей и фирмы. Он отвечает за то, чтобы пользователь продолжил общение и связался с персоналом фирмы – отправил заявку, позвонил, оформил заказ. Владельцы бизнеса часто забывают, что финальная продажа часто не зависит от сайта.

Даже в случае продвижения интернет-магазинов, когда человек может полностью оформить и оплатить заказ, большую роль играет скорость подтверждения заказа, оперативность доставки, вежливость курьера. В случае, когда заинтересованный человек звонит или оставляет свои контакты для связи, за продажу отвечает работник, принявший заявку или звонок. Процесс общения отдела продаж с потенциальным клиентом, наличие отработанных скриптов разговора, вежливость и оперативность играют ключевую роль в успешной продаже. Рекламное сообщение и веб-сайт, с которым человек ознакомился до этого, имеют косвенное влияние, формируя ожидания от разговора с менеджером.

Имея маркетинговую стратегию, разработанную на основе портретов целевой аудитории и анализа конкурентов, можно приступать к разработке рекламной кампании в Интернете. Тактические мероприятия условно можно разделить на работу с каналами привлечения посетителей и работу с самим веб-сайтом или представительством (например, группой в социальной сети). Позиционирование и маркетинговые решения проходят сквозь оба направления красной нитью.

Инструменты цифрового маркетинга и их характеристика

• □ Поисковая оптимизация – оптимизация сайта с целью получения высоких рангов в поисковой системе по запросам, отвечающим тематике сайта. Направлена на получение трафика из популярных поисковых систем, основное внимание сосредоточено на системах Яндекс и Google. Такие посетители более лояльны к сайту и компании, поскольку получают от поисковых систем независимое свидетельство о качестве веб-ресурса. Другими словами, поисковая оптимизация(или SEO) - это процесс получения трафика от бесплатных, системных, редакционных или естественных результатов поиска в поисковых системах. Проще говоря, это название той деятельности, которая пытается улучшить рейтинг в поисковых системах. Во многом это просто контроль качества веб-сайтов. SEO может ориентироваться на различные виды поиска, включая поиск изображений, локальный поиск, видео поиски и поиска новостей. Использование надежной стратегии SEO может помочь правильно разместить ваш сайт в самых критических точках для процесса покупки (удобство онлайн-шоппинга) или, когда людям нужен ваш сайт. Социальные медиа подразумевают взаимодействие с клиентами через социальные сайты, такие как Facebook и Twitter. Использовать этот инструмент можно в качестве поддержки канала, запуска новых продуктов, анонса скидок и эксклюзивных купонов для стимулирования продаж.

• Контекстная реклама – показ рекламных объявлений пользователям, заинтересованным в них в данный момент. В контекстной рекламе производится оплата за посетителей. Этот трафик легко управляем, но фактически получается дороже, чем поисковая оптимизация.

Наиболее известными сервисами контекстной рекламы являются Яндекс.Директ и GoogleAdWords. К контекстной рекламе также можно отнести ретаргетинг – показ рекламных объявлений тем, кто уже посещал сайт.

• Медийная реклама – показ рекламных баннеров на сайтах. Обычно медийная реклама используется для повышения узнаваемости бренда. □ Отраслевые и прайс-агрегаторы – представляют собой площадки с каталогами товаров от разных фирм. Примерами могут служить Яндекс.Маркет, Викимарт, Товары@mail.ru.

• Таргетированная реклама в социальных сетях позволяет показывать рекламные объявления в соответствии с демографическими характеристиками и персональными интересами пользователя. Оплата также происходит за посетителей, наиболее известными сервисами являются Вконтакте, Facebook, Таргет@mail.ru.

• Партнерские программы в большинстве своем предлагают оплату за совершенное действие на сайте рекламодателя. При хорошо проработанном предложении и высокой марже и относительно небольших временных затратах это очень эффективный канал. В данном случае поиск трафика перекладывается на плечи веб-мастеров. Также можно выстраивать собственную партнерскую программу для покупателей и веб-мастеров. Примерами агрегаторов партнерских программ являются Admitad, ГдеСлон, Actionads, Actionpay.

• Видеореклама и мобильная реклама пока используется компаниями в качестве тестового канала, но постепенно набирает обороты. Особенно это касается мобильной рекламы, темпы роста которой, по различным оценкам, превышают 40 % в год. Один из самых популярных сервисов для видеорекламы – Youtube, что касается мобильной рекламы, то сюда в первую очередь относят рекламу через мобильные приложения. □ E-mail-маркетинг – полезные рассылки по электронной почте пользователям, давшим добровольное согласие на это.

- Email-маркетинг - это эффективный способ оставаться на связи с клиентами фирмы, а также продвигать свой бизнес. Таким образом, можно легко и быстро достичь целевых рынков, не требуя большого количества пространства для печати, телевидения или радио, или высоких производственных затрат.

- Контент-маркетинг – привлечение пользователей за счет публикации полезного контента. Трафик будет поступать как из органического поиска, так и за счет сарафанного радио: активные пользователи, которым понравился контент, будут распространять информацию дальше. Контент-маркетинг – это стратегический маркетинговый подход, ориентированный на создание и распространение ценного, релевантного и согласованного контента для привлечения и сохранения четко определенной аудитории. В конечном итоге он нацелен на стимулирование прибыльных действий клиентов.

- SMM (socialmediamarketing) – создание лояльной аудитории в социальных сетях за счет публикации полезной информации и общению с потенциальными потребителями. В зависимости от типа бизнеса, могут быть задействованы сервисы В контакте, Facebook, LinkedIn, Twitter и другие. □ Мобильный маркетинг – это маркетинг, который работает с помощью мобильного устройства, например, смартфона. Мобильный маркетинг может предоставить клиентам информацию о времени и местоположении, персонализированную информацию, которая продвигает товары, услуги и идеи. Этот вид цифрового маркетинга аналогичен рекламе, распространяемой по другим электронным каналам, таких как текстовые, графические и голосовые сообщения. Развитие цифровых технологий создало хорошее пространство для маркетинговой коммуникации с использованием мобильных каналов. Благодаря этому мобильный маркетинг основан на использовании цифровых технологий и беспроводных устройств для коммерческой деятельности. Наиболее часто используемые инструменты в этом виде деятельности – это мобильный телефон, смартфон и планшет. Мобильные операционные системы (например, Adroid, iOS) и приложения, поддерживающие удаленную беспроводную связь, используются для мобильного маркетинга. Рекламные кампании, проводимые на основе мобильного маркетинга, обычно имеют на 10-25% более высокие показатели эффективности, чем веб-кампании или кампании, основанные на традиционном прямом маркетинге. Такая эффективность связана с тем, что телефон это устройство, с которым пользователь практически не расстается. К наиболее популярным инструментам мобильного маркетинга относятся рекламные баннеры, ссылки на веб-сайты, конкурсы и SMS-лотереи или веб-сайты, адаптированные для браузеров мобильных устройств.

Таким образом, каждый инструмент имеет свои особенности. Например, поисковое продвижение направлено на долгосрочную перспективу и не сможет дать мгновенный эффект, в отличие от контекстной рекламы. Социальные сети и электронная почта в большей степени нацелены на поддержку отношений между компанией и потребителями. Также инструменты и каналы маркетинга отличаются по формату рекламного сообщения, чаще всего это либо текстовые объявления, либо баннеры. Соответственно, уже в рекламном сообщении должны содержаться маркетинговые зацепки для целевой аудитории, которые будут мотивировать пользователей переходить на сайт. При переходе на сайт человек попадает на так называемую посадочную страницу (landingpage). С технической точки зрения landingpage – это страница, которая состоит из таких же элементов, как и обычная веб-страница (HTML, CSS, текст, картинки, видео и т. д.).

С точки зрения бизнеса – это страница, которая подталкивает пользователя совершить требуемое действие (покупка, заказ, переход на другую страницу сайта).

С точки зрения пользователя – это страница, на которую он перешел по ссылке с другого сайта. С посадочной страницы начинается знакомство посетителя с компанией и тем, что она предлагает. Как говорится, «нельзя два раза произвести первое впечатление»: от посадочной страницы зависит половина успеха.

Посадочные страницы можно разделить на два типа:

- внутренние страницы сайта;
- промо-страницы.

Посадочные страницы внутри сайта связаны с остальными страницами сайта, промо-страницы с прочими страницами не связаны, но более яркие и цепляющие. Если сравнивать с оффлайном, то сайт – это магазин или офис, а промо-страница – это активный промоутер. Как правило, промо-страницы посвящены определенной акции и нацелены только на одно целевое действие, чаще всего – получение контакта заинтересованного пользователя. В этом плане возможности сайта шире, поскольку можно разместить разные предложения с фокусом на разные группы целевой аудитории. На промо-странице фокус один. Часто именно промо-страницы называются landingpages (лендингами).

В настоящее время ориентир на требования потребителей, является необходимым и обязательным условием конкурентоспособности любой фирмы. Для того, чтобы поддерживать конкурентоспособность фирмы и бизнеса на оптимальном уровне следует использовать все имеющиеся инструменты цифрового маркетинга. Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании для туристской организации.
2. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании для туристской организации.
3. Понятие поискового продвижения сайта в туристской и гостиничной индустрии
4. Понятие цифрового маркетинга.
5. Создание рекламной кампании в сети Интернет туристской организации

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

2. РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма /Тема 2.1. Современные технологии цифрового маркетинга в индустрии туризма - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

–сформировать знания о основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности с сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения                                 |
|-------|--|--|
| 1     | Социальные медиа (SMM-маркетинг): понятие, содержание, инструменты | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   |  | Лекция-дискуссия   |
| 2 | Маркетинг влияния (Influencer Marketing). Реклама в социальных сетях. Директ-маркетинг. E-mail-  | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3 | Коллаборационный CRM: веб-портал, система электронной почты, call-центр, система учета и планирования контактов.   | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 4 | Управление взаимоотношениями с партнерами с использованием инновационных информационных и коммуникационных технологий. Организация работы интернет-маркетолога в туристской деятельности: сотрудники в штате, аутсорсинг, фриланс. | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

## 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

### Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Современные технологии цифрового маркетинга в индустрии туризма

### Текст лекции.

Использование современных digital-каналов и SMM-технологий в продвижении туристских услуг (Гончарова О.В., Халеева С.А.) / Креативная экономика № 8 / 2020 — Издательство «Креативная экономика»

Очевидно, что интернет давно стал самым распространенным каналом как массовой, так и бизнес-коммуникации. Невозможно представить, чтобы современные компании могли обходиться без продвижения своих товаров и услуг только посредством методов традиционного маркетинга, игнорируя многочисленные площадки в Сети. Как отмечают Подзорова Г.А., Кириллова В.Е., Плешкова Н.А., Грязнова Н.Л., «практически каждая организация имеет потребность в квалифицированном интернет-маркетологе, который способен создавать эффективные рекламные акции, анализировать внутреннюю и внешнюю среду компании и оказывать содействие улучшению имиджа компании» (Podzorova, Kirillova, Pleshkova, Gryaznova, 2019). Современные производители и потребители живут в совершенно новых условиях – в эру цифрового маркетинга, соединяющего в себе разнообразные инструменты продвижения товаров и услуг, в том числе туристских, посредством многочисленных цифровых каналов. Именно это объясняет повышенное внимание исследователей к вопросам, связанным с изменениями привычных моделей маркетинговой коммуникации и ведения бизнеса, в том числе в сфере туризма и рекреации, и повсеместным

использованием современных digital-каналов и SMM-технологий в продвижении товаров и услуг.

Целью нашего исследования является системный анализ путей повышения эффективности продвижения туристских продуктов и услуг на основе использования SMM-технологий и современных digital-каналов, а также разработка комплекса рекомендаций для российских туроператоров по совершенствованию их деятельности. Выдвигаемая нами гипотеза: для того чтобы повысить эффективность на целевом рынке, туристское предприятие должно действовать в рамках таких инструментальных маркетинговых решений, как использование стратегий, позволяющих донести до потребителей ценность продукта или услуги посредством современных цифровых каналов и инструментов – поискового маркетинга, рубричной рекламы, вне рубричной дисплейной рекламы, спонсорских ссылок, email-маркетинга, скрытого (вирусного) маркетинга, аффилированного (партнерского) маркетинга, подкастинга, пользовательского контента, блогинга и SMM-маркетинга.

Научная новизна исследования заключается в том, что на основании аналитического обзора современных digital-каналов и SMM-технологий авторы представили комплекс маркетинговых инструментов, способствующих повышению эффективности продвижения туристских услуг.

Изучить современный рынок туристских услуг (включая закономерности его функционирования, действия потребителей, их предпочтения и мотивы, технологические и экономические тенденции и т.д.) с позиции использования digital-каналов и SMM-технологий возможно, на наш взгляд, лишь посредством применения комплексного подхода к исследованию данной проблемы – через научные методы аналогии, анализа и синтеза, методы наблюдения, статистической обработки информации, описания и обобщения.

Поиск ответов на интересующий нас вопрос эффективности использования цифрового маркетинга в продвижении туристских услуг становится возможен только при условии детального анализа фактов, отраженных в научных трудах отечественных и зарубежных ученых в таких областях, как проблемы эффективной бизнес-коммуникации в туристской сфере (Zharskaya, 2016; Klementev, 2014), цифровой маркетинг (Akulich, 2017; Aleksandrovskiy, Kazankova, 2015; Podzorova, Kirillova, Pleshkova, Gryaznova, 2019), интернет-технологии в туризме (Kurganskaya, Khofmann, 2018; Shakhvalov, 2007), маркетинговые коммуникации в сфере туризма и индустрии гостеприимства (Kolchugina, 2015; Kotler, Bouen, Meykenz, 2007; McCabe, 2009), использование PR-технологий и SMM-технологий в продвижении туристских направлений (Bukreeva, 2018; Gorbunov, Kolyadin, Burnyasheva, 2018).

Роль цифрового маркетинга в продвижении товаров и услуг в туризме

Существуют различные варианты определения термина digital marketing. Так, по мнению Акулич М.В., этот феномен необходимо трактовать как маркетинг товаров и услуг, нацеленный на продвижение брендов, увеличение продаж, привлечение и удержание клиентов через применение цифровых технологий (Akulich, 2017, р. 6). Александровский С.В. и Казанькова Н.В. считают, что данный вид маркетинга можно рассматривать как совокупность разнообразных инструментов продвижения товаров и услуг организации, при которых используются многочисленные цифровые каналы (Aleksandrovskiy, Kazankova, 2015). Но нельзя упускать из виду и тот факт, что распространение и доступность интернета не только изменили характер рекламы товаров и услуг, но и привели к изменениям в активности самих пользователей, что не может не влиять на способы, с помощью которых должны распространяться рекламные предложения. И это особенно актуально для сферы туризма и рекреации.



К сожалению, российский рынок туристских интернет-услуг пока еще отстает от западного. Так, С. Маккейб упоминает в своей книге «Marketing Communications in Tourism and Hospitality: Concepts, Strategies and Cases», что в Великобритании еще в 2007 году поисковые запросы о путешествиях и бронировании жилья были третьими по популярности у 71% взрослого населения (McCabe, 2009, p. 260). Проведенный им анализ покупательского поведения показал, что 51% взрослых британцев, совершивших покупку через интернет в 2006 году, приобретали именно туристские продукты, включая проезд и размещение. Причем данный вид интернет-покупок уступал по популярности только расходам на приобретение фильмов и музыки. С. Маккейб отмечает, что рынок интернет-рекламы в Великобритании продолжает расширяться быстрыми темпами. В 2007 году было отмечено увеличение расходов на 48%, к 2011 году объем рынка достигал уже 7,97 миллиардов, а в 2019 году – 14,73 миллиардов фунтов стерлингов, превысив показатели 2018 г. на 11,2 .

Что касается отечественного рынка, то, по данным Mediascope, в 2019 г. 32% жителей России самостоятельно бронировали отели через интернет [По сравнению с 2018 г. число сторонников онлайн-бронирования увеличилось на 3%. Что касается билетов на различные виды транспорта, то здесь уже 60% россиян в возрасте от 12 до 55 лет предпочли приобретать билеты он-лайн, что также на 3% превышает показатели 2018 г. Эти цифры подтверждаются и исследованиями компании PayPal и агентства Data Insight Сделанный ими анализ покупательских привычек россиян в отношении приобретения туристских услуг в интернете показал, что онлайн-сегмент российского рынка путешествий продолжает расти. И билеты, и проживание в гостиницах российские пользователи предпочитают заказывать онлайн. На вопрос о способе совершения последнего по времени заказа большинство респондентов ответили, что заказ был сделан в Сети. Россияне, покупающие туристские услуги в интернете, главными преимуществами заказа он-лайн называют лучшие цены (36%) и возможность самостоятельно планировать поездку (20%). Причем динамика роста количества сторонников онлайн-покупок очевидна. Как отмечает Б. Овчинников, в период с 2010 по 2016 год российский рынок eTravel вырос более чем в 10 раз – с 70 до 740 миллиардов рублей. Тем не менее в сфере онлайн-продаж продуктов туризма и гостиничных услуг все еще существует определенный разрыв между объемом онлайн-активности на рынке и объемом рекламных расходов отрасли.

#### Виды интернет-маркетинга в сфере туризма и рекреации

Любая организация, работающая в сфере туризма и рекреации, должна иметь собственный веб-сайт, который потенциальные клиенты могли бы изучать для поиска соответствующей информации о продуктах, услугах и специальных предложениях. Сайт является частью широкой интегрированной маркетинговой и коммуникационной стратегии организации по предоставлению и распространению направленной информации. Он все чаще становится площадкой для различного рода транзакций, и поэтому его функциональность должна предоставлять потенциально большие объемы трафика. Как считает С. Маккейб, интернет-реклама, размещенная на сайте компании, должна быть нацелена на предоставление информации, повышение осведомленности о бренде, формирование или изменение отношения к бренду; на стимулирование к совершению покупки или запросу дополнительной информации; на развитие лояльности клиентов и постоянное напоминание клиентам о компании и производимых ей товарах и услугах (McCabe, 2009). Анализ современных информационно-коммуникационных интернет-технологий, применяемых для продвижения туристских продуктов и услуг, и расходов на интернет-рекламу в Великобритании позволил ему выделить в качестве наиболее популярных у рекламодателей такие виды, как поисковый

маркетинг (search marketing), рубричная реклама (classified advertising), вне рубричная дисплейная реклама (display advertising). Комментируя суть каждого из вышеуказанных феноменов, он поясняет, что рубричная онлайн-реклама в туризме отчасти напоминает печатные каталоги, так как обычно представлена в форме списков услуг с соответствующими поисковыми указателями, как, например, на сайте Hip Hotels или в театральных онлайн-кассах

Вне рубричная дисплейная интернет-реклама – это короткие клипы с движущимися изображениями, либо называемые «баннеры», либо «небоскребы», в зависимости от их расположения на экране. Они могут принимать форму «прерывающей» рекламы или «всплывающих окон». Это рекламные объявления, которые автоматически открывают новое окно сайта рекламодателя при переходе по ссылке с хост-сайта. Всплывающие окна могут быть двух типов – открывающиеся на переднем фоне и находящиеся в верхней части просматриваемого веб-сайта (pop-overs) и открывающиеся и остающиеся на заднем фоне просматриваемого веб-сайта, пока окно не закроется (pop-unders). Эта форма рекламы подвергается жесткой критике со стороны потребителей, которые считают ее чрезмерно навязчивой. Многие потребители специально устанавливают программное обеспечение, блокирующее всплывающие окна, поэтому туристические организации должны тщательно продумать стратегии коммуникации и информационно-коммуникационные технологии общения с потенциальными потребителями в интернете.

Поисковый маркетинг – это общий термин для рекламы, которая размещается в поисковых системах интернета и начинает работать, как только пользователь входит в поисковую систему и выполняет запрос по ключевым словам. Результаты поиска предоставляют пользователю список спонсорских и неспонсорских ссылок. Спонсорские ссылки оплачиваются организациями поисковым системам в виде комиссии за их активность в «соблазнении» пользователей для перехода на их веб-сайты. Именно поэтому данный вид интернет-маркетинга также называют «маркетингом ключевых слов», поскольку организации активно «скупают» ключевые слова, чтобы когда пользователи вводили эти ключевые слова, в окнах результатов поиска появлялись ссылки на их веб-сайты. Здесь важно упомянуть еще один ключевой термин – «плата за клик» (pay per click / PPC), то есть плата поисковым системам от рекламодателей за каждый переход пользователя на их сайт. Это конкурентная среда, в которой множество соперничающих компаний и организаций могут спонсировать похожие ключевые слова для одной и той же поисковой системы. Рекламодатели делают ставку на размещение результатов поиска в платном листинге на условиях, наиболее актуальных именно для их бизнес-сектора. Это и называется поисковым маркетингом, или SEO (search engine optimization). Это процесс, который направлен на обеспечение того, чтобы веб-сайт организации был наиболее заметным. В некоторых случаях организация может оплатить так называемое платное включение, чтобы гарантировать, что ссылка на их веб-сайт обязательно появится в результатах поиска. Хотя это, конечно же, не может гарантировать порядок ранжирования, в котором появляются веб-сайты.

Email-маркетинг – еще один эффективный инструмент интернет-маркетинга в сфере туризма и рекреации. Он позволяет выстраивать прямую коммуникацию между туристической компанией и потенциальными и существующими клиентами. Результат такой коммуникации может выражаться как в увеличении лояльности клиентов к компании, так и в увеличении новых и повторных продаж. Пользователь или потенциальный клиент регистрируется на веб-сайте туристической фирмы или компании, и сайт просит его предоставить определенные контактные данные либо в момент покупки, либо для регистрации, чтобы получить доступ к содержанию веб-сайта. Запрашиваемая информация обычно включает демографические

данные и адрес электронной почты. Организация создает базу данных адресов электронной почты, которую затем использует для отправки писем прямого email-маркетинга. Организации также могут приобрести списки адресов электронной почты. В некоторых секторах есть переход на электронную почту для прямой рассылки, которая не является рекламой. Электронная почта все чаще используется для подтверждения бронирования отеля или отправки подробной информации о маршруте или для предоставления номера клиента в случае покупки электронных авиабилетов. С точки зрения интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) важно, чтобы email-коммуникация с клиентами, а также email-реклама отражали ценность бренда и были интегрированы с другими формами коммуникации.

Еще одним видом современного интернет-маркетинга в туризме является скрытый, или вирусный маркетинг. Вирусный маркетинг базируется на идее пиринговой коммуникации и подразумевает, что люди (по электронной почте или в социальных сетях) будут передавать друг другу и делиться ярким и познавательным контентом, который отражает их личные ценности. Такой тип маркетингового контента часто имеет форму забавных видеоклипов или интерактивных флеш-игр, изображений или текстов. Вирусные кампании могут спонсироваться брендом, стремящимся повысить осведомленность о своем продукте или услуге. Многие организации сейчас используют вирусные методы наряду с основными маркетинговыми коммуникационными кампаниями.

Например, один из британских туроператоров – Thomson – в 2005 году спонсировал онлайн-опросник об отпуске «Holiday Questionnaire», в котором он оценивал ответы участников и по полученным результатам сравнивал их со знаменитостями. В этой кампании Thomson подражал другой британской туристической фирме – First Choice, которая создала онлайн-игру по мотивам одного из спонсируемых ей проектов – телевизионного реалити-шоу «I'm a Celebrity – Get Me Out of Here», в котором несколько знаменитостей живут вместе в джунглях в течение нескольких недель, соревнуясь, чтобы быть коронованным «королем» или «королевой» джунглей. Ключ к успеху в проведении вирусных маркетинговых кампаний – предлагать туристический продукт каким-нибудь забавным или шокирующим способом, тем самым стимулируя его продажи.

Аффилированный (партнерский) маркетинг в туризме можно определить как метод продвижения туристического продукта в сети веб-мастерами-партнерами, при этом партнер получает вознаграждение за каждого посетителя. Данный тип интернет-маркетинга отличается от других видов рекламы тем, что он опирается на работу ссылок между хост-сайтом, аффилированным лицом и организацией, размещающей рекламу. Аффилированным лицом может быть организация или физическое лицо, которое продвигает аналогичный контент, или дополняет деятельность партнера и, таким образом, занимается размещением рекламы (например, баннеров или ссылок) на сайте рекламодателя. Если человек посещает сайт партнера, а затем нажимает на рекламу или ссылку и переходит к выполнению указанного действия (обычно покупки) на сайте рекламодателя, то партнер получает комиссию.

Аренда сайта – современный инструмент интернет-маркетинга, который представляет собой «съем» рекламодателем или брендом части веб-сайта с последующей выплатой комиссионных его владельцу на любой доход, полученный от продаж в рамках арендованного интернет-пространства.

Подкастинг подразумевает производство аудио- или видео-контента (подкастов) в форме радио- или телерепортажей, доступных для загрузки с веб-сайта. Онлайн-подкасты быстро вошли в основной поток онлайн-коммуникаций. Как форма маркетинговых коммуникаций

они довольно часто используются в некоммерческих информационных сообщениях «добровольного» сектора. Например, в Великобритании Ассоциация семейного отдыха очень эффективно использует аудио- и видео-контент в интернете для сбора средств на организацию поездок для нуждающихся семей. Особой популярностью у британских создателей подкастов пользуется аудио-коммуникационный сервис Sounddelivery, позволяющий недорого создать довольно эффективный контент.

Другой ведущий британский поставщик туристских услуг, фирма Leger Holidays добавила в свою онлайн-брошюру, которая была разработана совместно с каналом History, видео-подкасты туров по местам знаменитых сражений. Чтобы максимально увеличить потенциальную аудиторию, видеоподкасты нередко публикуются на YouTube или на сайте Travelweekly

Подобный подход не только помогает продвигать турпродукт уже на том этапе, когда потребители предпринимают первые шаги в интернете при планировании отпуска, но представляет собой новый и интересный метод коммуникации с большим потенциалом для более полного охвата и связи с аудиторией. Более того, стремительное развитие современной техники, позволяющее создавать высококачественную потоковую трансляцию видео, означает, что в ближайшем будущем аудио- и видеомаркетинговые онлайн-коммуникации получат еще большее распространение.

#### Пользовательский контент и блогинг

Развитие онлайн-активности в сфере туризма и гостиничного бизнеса тесно связано с пользовательским контентом. Веб-журналы и блоги, содержащие отчеты пользователей о проделанных путешествиях, многочисленные сайты онлайн-обзоров, на которых публикуются рейтинги мнений о дестинациях и отелях, стали очень важным средством коммуникации. Можно говорить о существовании настоящего виртуального сообщества единомышленников. И для туристических организаций подобные виртуальные сообщества значительно расширили сферу маркетинга. Они влияют на продажи, развитие продуктов и услуг, формирование сети поставщиков, качество информации и каналов распространения и многое другое. Все это позволяет сделать вывод, что грамотное использование данного инструмента, обладающего большим потенциалом доверия потенциальных клиентов, может привести к снижению затрат на рекламное продвижение турпродуктов.

Блогинг – еще одно явление современной информационной среды, ставшее эффективным инструментом вирусного маркетинга. В целом блог – это онлайн-пространство, которое создается одним пользователем, а контент представлен в формате собственного мнения или дневника, описывающего события или ситуации, зачастую в хронологическом порядке. Блоги о путешествиях являются популярной и стремительно разрастающейся деятельностью и находятся в общей области пользовательского контента. Они могут быть весьма полезны для туроператоров, туристических агентств, поставщиков услуг размещения или онлайн-рекламы. Одним из наиболее известных можно считать основанный в 2002 году бесплатный онлайн-сервис TravelBlog.org, который позволяет пользователям создавать и обмениваться блогами, связанными с путешествиями. По данным 2007 г., TravelBlog.org помог более 50 000 участникам и разместил более 200 000 записей. А в 2013 г. TravelBlog.org объединял уже более 200 000 членов, разместив более 7 миллионов фотографий, более 60 000 карт и 700 000 записей в блогах. В 2020 г. посещаемость ресурса достигла более 520 тысяч в месяц.

Интернет-сообщества предоставляют платформу для генерируемого пользователями веб-контента на базе многочисленных форумов путешественников или специальных групп по

интересам. Неудивительно, что подобные сайты становятся все более популярными и среди бизнес-сообщества, и среди маркетологов. К таким сайтам, поощряющим размещение пользовательского контента и привлекающим внимание рекламодателей, относятся MySpace, YouTube, Wikipedia, Flickr и др.

Еще одним примером является сайт VirtualTourist.com, который с 2017 г. осуществляет свою деятельность через два дочерних сайта – SmarterTravel (экспертные советы и обзоры для туристических предложений и направлений) и TripAdvisor (отзывы туристов об отелях, ресторанах и достопримечательностях, рейтинг отелей, сравнение цен). По данным 2006 г., в арсенале VirtualTourist.com было: 800 000 зарегистрированных членов более чем из 220 стран; 1,4 миллиона советов о путешествиях более чем по 25 000 мест; 2,6 миллиона фотографий; 2 млн готовых маршрутов; 85% ответов на заданные на форуме вопросы; еженедельные встречи участников сообщества VirtualTourist.com по всему миру; 5 миллионов пользователей в месяц; 30 миллионов просмотров страниц в месяц. По данным 2020 г., TripAdvisor ежемесячно помогает 463 миллионам путешественников, предлагая более 859 миллионов отзывов и комментариев о 8,6 миллионах вариантов жилья, ресторанов, развлечений, авиалиний и круизов. Безусловно, личные фото из поездок и комментарии пользователей в блогах за последние годы стали одним из самых популярных и влиятельных средств коммуникации, и нет сомнений в том, что, несмотря на субъективность и целый ряд проблем этического характера, для многих они стали гораздо более авторитетными и заслуживающими доверия источниками информации, чем официальные сообщения.

#### SMM-технологии в продвижении туристских дестинаций

Особой популярностью у современных рекламодателей пользуется маркетинг в социальных сетях, или SMM-маркетинг, представляющий собой комплекс мероприятий по продвижению продукта в социальных сетях. И.В. Букреева отмечает, что SMM-технологии являются «эффективным инструментом продвижения туристских дестинаций» и позволяют «оптимизировать информацию о тех или иных достопримечательностях». Она предлагает под этим термином объединять не только всевозможные социальные сети, но и блоги, форумы, сетевые сообщества и любые другие медиаресурсы, «предполагающие активную коммуникацию пользователей» (Bukreeva, 2018, p. 327). Возможности, предлагаемые современным SMM, такие, например, как фото- и видеоконтент, Wiki-разметки, gif, видеосток, бекстейдж, мнение экспертов, UGC, персонализированная коммуникация, постоянное общение и др., особенно полезны для продвижения турпродуктов и дестинаций. Важным преимуществом SMM-маркетинга является комплексная работа с аудиторией, направленная на создание и сохранение имиджа, успешные продажи, поддержку клиентов, сбор обратной связи от них и т.д. При этом максимально доступно большое количество инструментов, позволяющих охватить разные виды контента. В качестве площадок для применения SMM-маркетинга мы можем назвать такие социальные медиа, как социальные сети (Facebook, «Одноклассники», «ВКонтакте»), блоги (Blogger, LiveJournal), микроблоги (Twitter), форумы и сайты отзывов (Irecommend.ru, Otzyv.ru), фотохостинги (Picasa, Flickr), видеохостинги (YouTube) и другие.

#### Заключение

Использование ИКТ, SMM-технологий и современных digital-каналов позволяет повысить эффективность бизнес-коммуникаций в туризме. Доступность интернета изменила характер рекламы товаров и услуг, привела к изменениям в активности пользователей и повлияла на способы распространения рекламных предложений. Среди современных информационно-коммуникационных интернет-технологий, входящих в комплекс

маркетинговых инструментов, способствующих продвижению туристских услуг, наиболее эффективными являются: поисковый маркетинг; рубричная реклама; вне рубричная дисплейная реклама; спонсорские ссылки; email-маркетинг; скрытый (вирусный) маркетинг; аффилированный (партнерский) маркетинг; подкастинг; пользовательский контент; блогинг и SMM-маркетинг. В целом, чтобы повысить эффективность на целевом рынке, туристские предприятия и компании должны активно использовать современные инструментальные маркетинговые решения и стратегии, позволяющие донести до потребителей ценность предлагаемых ими продуктов и услуг посредством современных цифровых каналов и инструментов SMM-маркетинга. Взаимодействие с аудиторией вопросы

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов в туристской и гостиничной индустрии.
2. Понятие информационной безопасности и защиты информации туристской организации.
3. Концептуальные нормативно-правовые акты в области защиты информации туристской организации.
4. Классификация угроз информационной безопасности туристской организации.
5. Базовые виды политики ИБ и их краткое описание туристской организации.
6. Ценность информации. Цена информации.

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

2. РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма / Тема 2.2. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга в индустрии туризма. - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знания о основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности с сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1     | Составляющие информационной политики. Основные принципы, термины и определения раскрытия информации.. | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2     | Антикризисное реагирование в индустрии туризма.   | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3     | Инструментарий аналитики бизнеса в индустрии туризма  | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

|   |   |  |
|---|---|--|
| 4 | Цифровой маркетинг: затраты и инвестиции. Эффективность интернет-платформы (сайта, лендинга). | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 5 | Контент-анализ.   | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 6 | Оценка эффективности продвижения интернет-платформы в комплексе интернет-маркетинга.          | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

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

Текст лекции.

Особенности и преимущества продвижения туризма с использованием цифровых технологий Как цифровые технологии влияют на развитие туризма?

Принятие решения о поездке в новую страну может быть довольно длительным процессом. Увидев кадры фильма, фотокарточку, прочитав книгу, услышав историю коллеги или друга, потенциальный турист вдохновляется и начинает мечтать о путешествии. Далее человек ищет больше информации, планирует, читает отзывы других туристов, получает консультацию – все это может происходить исключительно через интернет. Затем турист может совершить покупку тура онлайн, а после приезда в страну продолжит искать необходимую информацию в интернете, а также будет делиться фотографиями и впечатлениями в социальных сетях и оставит отзыв на туристских сайтах. Таким образом, турист проходит через все пять стадий путешествия: Вдохновение, Планирование, Бронирование, Путешествие (получение впечатлений), и стадия Пост-путешествия (публикация впечатлений).

Соответственно, цифровой маркетинг должен охватить все стадии путешествия: от вдохновения до покупки тура или бронирования отеля, далее до возвращения туриста домой и вдохновения на повторное посещение страны.

Цифровой маркетинг – это эффективный способ достичь внимание потребителя в том числе в силу того, что публикации в интернете в основном вовлекают пользователей и не выглядят как реклама.

Продвижение становится незаметным. Вместо явных рекламных публикаций, бренды выстраивают отношения с потенциальными клиентами, буквально влюбляя пользователей в бренд. Дарить эмоции и выстраивать отношения с потенциальными туристами очень удобно через социальные сети.

«В социальных сетях все друзья, те люди, с которыми пользователь общается и доверяет им, связаны друг с другом в одной сети. Когда пользователь публикует пост о том, что съездил отдохнуть, его публикации будут доверять больше, чем брендированному контенту. Если пользователь заинтересовался публикацией и оставил комментарий под ней, его друзья это увидят и информация распространится далее. Соответственно, при повышении вовлеченности, информация в сети распространяется еще быстрее», - отмечает главный менеджер Департамента PR и маркетинга НК «Kazakh Tourism» Маржан Траиспаева.

Кроме того, преимущество цифрового маркетинга в том, что целевая аудитория для рекламы выбирается по строго заданным критериям и имеется возможность достичь требуемые рынки по всему миру без больших затрат.

#### Аудитория

Выбор аудитории, которой показывается реклама или публикация по заданным критериям называется таргетинг. Критериями могут быть национальность, пол, возраст, интересы, страны, которые пользователь посещал ранее, страны, о которых пользователь искал информацию ранее, различные поведенческие особенности или события в жизни пользователя, и даже размер его доходов. Таким образом, зная портрет вашего туриста, можно очень точно выбирать тех, кому будут показываться ваши ключевые сообщения, что намного экономит ваш маркетинговый бюджет.

«Это достигается за счет того, что крупные социальные сети и поисковики собирают данные о пользователях интернета – о возрасте, предпочтениях, интересах, о том, что предпочитают покупать в интернет-магазинах, какие темы просматривают и ищут. Стоит поискать информацию на какую-нибудь тему, в ленте новостей в социальных сетях, как по волшебству, может появиться соответствующая информация», - делится информацией М.Траиспаева.

Также особенностью цифрового маркетинга является то, что он подходит под любой бюджет. Цифровое продвижение может быть бесплатным, но эффект будет отличаться. Возможность бесплатного продвижения очень привлекательно для компаний в сфере туризма, которые в основном являются представителями малого и среднего бюджета.

Так как в цифровом продвижении «покупается» количество показов или кликов, чем больше бюджет, тем больше людей будет охвачено вашей публикацией. Креатив и вирусные публикации могут заменить эффект платного продвижения, а платное продвижение «в поддержку» креатива может намного повысить его эффект.

Инвестиции в рекламу через цифровые каналы растут с каждым годом. В данный момент треть всех затрат на продвижение в мире приходится на цифровое продвижение, ожидается рост на 10% в следующем году.

Теперь разберём основные инструменты в эру цифрового туризма и маркетинга.

#### Сайт

Естественно кроме красивого дизайна, качественного контента (текст, фото, видео, и пр.), удобства использования и интуитивно понятного размещения информации на нем, сайт должен быть оптимизирован под поисковые системы. Это означает, что нужно оптимизировать сайт так, чтобы потенциальные туристы, которые ищут необходимую им информацию в поисковых системах (например, Google, Yandex), могли бы найти соответствующие веб-страницы вашего сайта на первой странице результатов поиска. Другими словами, от самого удобного и качественного сайта мало пользы, если потенциальные туристы не могут найти его, используя ключевые слова при поиске нужной им информации.



Кроме того, можно платно продвигать сайт в поисковой системе, в этом случае за каждый клик на рекламный показ необходимо платить небольшую сумму, которая определяется по принципу аукциона, т.е. приоритет показа будет у того, кто готов платить за клик больше других.

Также компаниям в сфере туризма очень важно предоставлять возможность бронирования через сайт.

#### Социальные сети

Социальные сети необходимо использовать для того, чтобы разговаривать, обращаться к своим потребителям/потенциальным туристам и строить доверительные отношения с ними.

Фотографии и видео, захватывающие внимание пользователей, вдохновляют туристов на путешествие, с помощью социальных сетей можно консультировать их, выкладывать полезную информацию, необходимую для планирования поездки, а также стимулировать делиться впечатлениями в социальных сетях, таким образом увеличивая количество тех, кто распространяет информацию о ваших услугах среди своих друзей и подписчиков.

Туристическая компания, дом отдыха, отель кроме публикации информации о своих услугах могут рассказывать о местности и о впечатлениях, которые турист получит в этом месте. Для того, чтобы выстроить отношения и получить лояльность потенциальных клиентов, необходимо не просто публиковать информацию, а захватывать внимание впечатляющим и полезным контентом. Более того, так как социальные сети используют специальные алгоритмы показа публикаций, для того, чтобы они были видны большему количеству пользователей, публикации должны быть вовлекающими, т.е. должны собирать «лайки» и комментарии.

#### Кейс Trip Advisor

Пользователи при планировании поездки читают отзывы об отеле или туре, и выбирают лучшие туры и достопримечательности в городе/стране основываясь на отзывах других туристов. Поэтому крайне важно, чтобы как можно больше услуг компаний сферы туризма Казахстана присутствовали на таких сайтах.

Самый крупный в мире туристский сайт по отзывам в данный момент – это Trip Advisor, с долей охвата 18%. Trip Advisor обслуживает 415 млн уникальных посетителей ежемесячно, имеет более чем 70 млн зарегистрированных пользователей, которые оставили более 500 млн отзывов. TripAdvisor является ключевым ресурсом, которым пользуются туристы при планировании предстоящих путешествий и влияет на принятие решения туристом о выборе дестинации.

Регистрация компании на сайте бесплатная, необходимо лишь предоставить информацию о компании.

Для того, чтобы туристы говорили о компании на Trip Advisor и больше людей узнали о ней, необходимо побуждать и стимулировать своих гостей оставлять отзывы. Также очень важно отвечать на отзывы, особенно на негативные, и общаться с туристами через платформу.

#### Развитие стран с использованием цифровых технологий

Продвижение дестинации, т.е. не отдельных компаний, продуктов или услуг, а целой страны или региона в качестве туристского места имеет свои особенности. Самое основное в продвижении – создание хорошего впечатления о стране. На регулярной основе нужно распространять информацию, ключевое сообщение о преимуществах путешествия и отдыха в стране, о том, что именно эта страна имеет те особенности, которые пользователь желает увидеть, прожить и прочувствовать.

«Соответственно, главная задача для Казахстана в данный момент – создать позитивный образ Казахстана как туристской дестинации и повышать интерес потенциальных туристов к Казахстану. Таким образом будет создаваться и повышаться спрос на услуги туристских компаний и отелей в Казахстане. Поэтому необходимо регулярно распространять соответствующие ключевые сообщения целевой аудитории и постепенно повышать туристский имидж страны», - уверен Д. Иман.

Все популярные мировые туристские маршруты активно занимаются цифровым маркетингом своих направлений. Изучение стратегий продвижения мировых дестинаций, как Великобритания, Австралия, Исландия, Грузия, Франция и другие на ближайшие 2 года показывает, что эти страны делают упор на цифровое продвижение.

#### Статистика и примеры

Согласно информации, предоставленной представителями организаций по управлению и маркетингу дестинаций во время конференции OTM Digital Days 2018, Израиль тратит 25% рекламного бюджета на цифровое продвижение. Представительство национального офиса по продвижению Германии в России с текущего года решило направить 90% маркетингового бюджета на цифровое продвижение и объясняет это большей эффективностью продвижения в интернете.

В социальных сетях и сайтах все чаще можно увидеть публикации Visit Dubai, продвигаемые на платной основе. Это означает, что Дубай выбирает казахстанцев, как аудиторию для показа своей рекламы. Другие дестинации также продвигают свои публикации платно в социальных сетях, у каждой страны своя целевая аудитория.

Например, Исландия начала активно продвигаться в социальных сетях с маркетинговой кампании Inspired by Iceland, в рамках которой страна смогла создать виртуальное социальное движение. Согласно их исследованиям, 90% людей, посетивших Исландию, были готовы делиться своей историей. Люди со всего мира в рамках кампании начали выкладывать посты в социальных сетях как Facebook, Twitter и в видео-сервисе Vimeo. По некоторым данным, за неделю около 1,5 миллионов публикаций по данной кампании было размещено в социальных сетях. Каждый посетитель становился бренд амбассадором (послом бренда) страны, и даже президент Исландии принял участие в данной кампании. После такого успеха Исландия проводила еще несколько кампаний в социальных сетях, например, Iceland Academy, кампания, направленная на повышение осведомленности людей об ответственном туризме, а также Ask Gudmundur, которая повысила взаимодействие в социальных сетях, а также помогала туристам планировать путешествие или получить ответы на различные вопросы.

#### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Поисковая оптимизация.
2. Понятие и сущность социальной сети в индустрии туризма.
3. Интеграция сайта с социальными сетями.
4. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет для туристской организации.
5. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
6. Составление прогноза бюджета мероприятий цифрового маркетинга.
7. Понятие эффективности мероприятий цифрового маркетинга.
8. Пост-клик анализ рекламной кампании.
9. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы туристской организации.

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

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

**ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

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

2. РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма

Тема практического (семинарского) занятия -

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

3. Цели занятия.

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

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

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения                     |
|-------|--|--|
| 1.    | Понятие концепции цифрового маркетинга                                 | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 2.    | Маркетинговая стратегия. Формирование цифровой маркетинговой стратегии | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 3.    | Реализация концепции цифрового маркетинга.                             | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |

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

Введение.

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

**Вопросы к обсуждению:**

1. Специфика мероприятий цифрового маркетинга в России.
2. Средства Интернет коммуникации.
3. PR-кампания в Интернете.
4. Интерактивный цифровой маркетинг: социальные сети и директмаркетинг.
5. Понятие контекстной рекламы.

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

2. **РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма**

Тема практического (семинарского) занятия -

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

3. Цели занятия.

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

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

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения                        |
|-------|--|---|
| 1.1.  | Инструменты интернет-маркетинга  | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 1.2.  | Оптимизация под поисковые системы (SEO): содержание, специфика, аналитика, взаимодействие с другими инструментами цифрового маркетинга | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

Введение.

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

**Вопросы к обсуждению:**

1. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании для туристской организации.
2. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании для туристской организации.
3. Понятие поискового продвижения сайта в туристской и гостиничной индустрии
4. Понятие цифрового маркетинга.
5. Создание рекламной кампании в сети Интернет туристской организации

**ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма практического задания: Реферат, устный опрос, доклады на круглом столе, работа в интернете.**

**Перечень тем рефератов к темам раздела 1:**

1. Аналитика и фундамент бизнеса. Определяем инструментарий.
2. Предварительный этап: SWOT-анализ.

3. Исследование конкурентов в индустрии туризма.
  4. Воронка продаж в туристской деятельности.
  5. Исследование целевой аудитории туристской организации.
  6. Сегментирование. Фильтры.
  7. Составление портрета аудитории.
  8. Расширенная модель маркетингового процесса.
  9. Алгоритм по внедрению маркетинга.
  10. Разработка стратегии цифрового маркетинга.
  11. Терминология SEO.
  12. Базовая информация по интернет-маркетингу и веб-технологиям.
  13. Продвижение сайтов в комплексе интернет-маркетинга.
  14. Основы устройства поисковых систем.
  15. Факторы ранжирования сайтов.
  16. Индексация поисковыми системами.
  17. Типы сайтов в сфере туризма и гостеприимства. CMS для сайтов, зависимость SEO от типов и устройства сайтов.
  18. Основы языка HTML.
  19. Создание новых сайтов, оптимизация действующих сайтов в индустрии туризма.
  20. Индексация содержимого сайта (контента) – файлы robots.txt и sitemap.xml.11.
- Аудит сайта – основные задачи, принципы и методы проведения, результаты.
21. Типы контента и его оптимизация. Метаинформация – теги, параметры, свойства.
  22. Создание SEO-текстов, копирайтинг и рерайтинг.
  23. Техническая оптимизация. Вёрстка, перелинковка. Директивы, редиректы, «зеркала».
  24. Коммерческие, региональные и другие факторы. Дизайн, адаптивность

### ***Методические материалы к выполнению реферата***

Реферат (от лат. 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.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Контрольная работа.**

#### **Примерный перечень заданий**

##### **Часть №1**

Задание 1 Проанализируйте показатели медиа-планирования, применительно к потребительской аудитории Интернет.

Задание 2 Перечислите принципы работы контекстной рекламы и ее эффективности.

Задание 3 Укажите подходы, обеспечивающие больше кликов контекстной рекламы при имеющемся рекламном бюджете.

Задание 4 Проводите краткий обзор по результатам проведенной интернет-кампании.

Задание 5 Укажите популярными в России поисковыми системами.

Задание 6 Перечислите, кто выступает провайдерами контекстной рекламы.

Задание 7 Выберите самые популярные в России поисковые системы, опишите их преимущества.

Задание 8 Проводите краткий обзор по результатам проведенной интернет-кампании.

Задание 9 Разработайте этапы проведения пост клик-анализа.

Задание 10 Какой вид ценообразования используется на Интернет-аукционах? а) нейтральное ценообразование; б) «снятие сливок»;

в) ценовой прорыв; г) договорной.

Задание 11 Укажите основные преимущества контекстной рекламы, как основного инструмента продвижения. а) высокая стоимость контакта

с потенциальным клиентом; б) доступность; в) возможность ежемесячно

планировать бюджет; г) таргетинг.

Задание 12 Перечислите необходимые условия для запуска контекстной рекламной

кампании? а) определить запросы, по которым фирму будут видеть потенциальные читатели объявления; б) составить тексты рекламных объявлений; в) разработать дизайн web-страницы;

г) сделать предоплату по счёту за рекламную кампанию.

Задание 13 Проанализируйте факторы экономической и социальной сферы в конкретном регионе России, определите возможности барьеров,

препятствующих установлению оптимальных контактов с потенциальной аудиторией покупателей. С учетом полученных данных предложите инструменты интернет-

коммуникаций для выхода на рынок выбранного региона.

Задание 14 Объясните содержание термина конверсия в интернет-маркетинге

## **Часть №2**

Задание 1 Определите объекты и субъекты маркетинговой деятельности на электронном рынке.

Задание 2 Раскройте понятие интернет-маркетинга (электронного маркетинга) на современном этапе.

Задание 3 Обоснуйте элементы комплекса электронного маркетинга.

Задание 4 Проанализируйте основные технологии, приемы и правила интернет-рекламы в настоящее время.

Задание 2 Разработайте предложения по совершенствованию методов оценки эффективности рекламной и PR-кампаний в Рунете с учетом интернет-технологий.

Задание 5 Представьте использование социальных сетей в процессе продвижения товаров и услуг.

Задание 6 Рекламной площадкой является: а) размещенное рекламное объявление; б) определенная зона на странице сайта; в) сайт рекламодателя; г) сайт или страница сайта, на котором размещена реклама.

Задание 7 Медийная реклама – это: а) обычный текст с гиперссылкой; б) видеоролик, содержащий гиперссылку; в) баннер в виде картинки или Flash, с сопутствующим текстом или ссылкой; г) тематическая реклама, являющаяся дополнительной информацией к содержанию страницы.

Задание 8 Полезность аналитического исследования рекламной кампании в сети Интернет заключается в: а) уменьшении неопределенности руководителей или сотрудников при принятии решений; б) определении наиболее эффективной рекламной площадки; в) оценки медиа-показателей рекламных площадок; г) определении конверсии ключевых слов.



Задание 9 Оптимизируйте расходы медиаплана контекстной рекламы при выборе и реализации различных коммуникационных стратегий в целях разработки уникального торгового предложения (различными средствами рекламы в Рунете и социальных сетях).

Задание 10 Осуществите подготовку по содействию продажам и выбору оптимального канала интернет-коммуникации.

Задание 11 Общим показателем эффективности демонстрации рекламного сообщения является: а) индекс осведомленности; б) число уникальных показов; в) частота показа рекламы; г) число уникальных просмотров рекламы.

Задание 12 Под коммуникационным эффектом интернет-рекламы подразумевается: а) воздействие рекламы на охватываемое общество; б) увеличение спроса на продукцию владельцев сайтов; в) формирование у целевой аудитории необходимой для рекламодателя точки зрения; г) сведение издержек на рекламу к минимуму.

Задание 13 Ценовые стратегии в Интернете практически во многом повторяют традиционные ценовые стратегии. а) да; б) нет.

Задание 14 Проанализируйте PR-акцию на видеохостинге на российском рынке известного бренда с учетом знаний действующих федеральных законов и нормативных документов, необходимых для осуществления деятельности в сфере интернет-коммуникаций. Создайте пул предложений данному бренду по внедрению новых инструментов интернет-маркетинга для формирования положительного имиджа в рамках действующего законодательства.

Задание 15 Определите правильную последовательность представленных стадий взаимодействия пользователей с рекламной информацией: а) посещение веб-сайта; б) привлечение внимания; в) действие; г) демонстрация рекламного сообщения.

### ***Содержание контрольной работы:***

Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

### **Требования к контрольной работе:**

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и 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 зачету не допускаются.

## ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

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

2. РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.1. Современные технологии цифрового маркетинга в индустрии туризма

3. Цели занятия.

–сформировать знания о основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности с сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения                        |
|-------|--|---|
| 1     | Социальные медиа (SMM-маркетинг): понятие, содержание, инструменты   | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2     | Маркетинг влияния (Influencer Marketing). Реклама в социальных сетях. Директ-маркетинг. E-mail-  | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3     | Коллаборационный CRM: веб-портал, система электронной почты, call-центр, система учета и планирования контактов.   | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 4     | Управление взаимоотношениями с партнерами с использованием инновационных информационных и коммуникационных технологий. Организация работы интернет-маркетолога в туристской деятельности: сотрудники в штате, аутсорсинг, фриланс. | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

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

### Вопросы к обсуждению:

1. Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов в туристской и гостиничной индустрии.

2. Понятие информационной безопасности и защиты информации туристской организации.

3. Концептуальные нормативно-правовые акты в области защиты информации туристской организации.

4. Классификация угроз информационной безопасности туристской организации.

5. Базовые виды политики ИБ и их краткое описание туристской организации.

6. Ценность информации. Цена информации.

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

2. РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма

Тема практического (семинарского) занятия -

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

3. Цели занятия.

–сформировать знания о основных методов анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете, и навыков применения их в практической деятельности с сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения                        |
|-------|---|---|
| 1     | Составляющие информационной политики. Основные принципы, термины и определения раскрытия информации.. | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2     | Антикризисное реагирование в индустрии туризма.   | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3     | Инструментарий аналитики бизнеса в индустрии туризма  | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 4     | Цифровой маркетинг: затраты и инвестиции. Эффективность интернет-платформы (сайта, лендинга).         | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 5     | Контент-анализ.   | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 6     | Оценка эффективности продвижения интернет-платформы в комплексе интернет-маркетинга.                  | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

Введение.

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

**Вопросы к обсуждению:**

1. Поисковая оптимизация.
2. Понятие и сущность социальной сети в индустрии туризма.
3. Интеграция сайта с социальными сетями.
4. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет для туристской организации.
5. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
6. Составление прогноза бюджета мероприятий цифрового маркетинга.
7. Понятие эффективности мероприятий цифрового маркетинга.

8. Пост-клик анализ рекламной кампании.
9. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы туристской организации.

## ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

**Форма практического задания: реферат.**

**Перечень тем рефератов к темам раздела 2:**

1. Глобальный уровень проникновения социальных сетей.
2. Тенденции развития социальных сетей в индустрии туризма.
3. Популярные ресурсы и рейтинги в туристской деятельности.
4. Обзор социальных сетей.
5. Аудитория социальных сетей России. Данные mediascope: YouTube, Vk.com, ТикТок, Facebook,
6. Instagram и др.
7. Организация SMM-работы в туристской деятельности: сотрудники в штате, аутсорсинг,
8. фриланс.
9. SMM как инструмент внутрикорпоративного маркетинга.
10. Конкурентный анализ в социальных сетях.
11. Выбор пула социальных сетей для туристской организации.
12. Гайдбук и единая стилистика оформления.
13. Формирование контент-плана в социальных сетях.
14. Копирайтинг: тексты, кликабельные и кликбейтные заголовки.
15. Актуальные проблемы информационного информационно-коммуникационных разного уровня.
16. Производство и потребление информационных продуктов и услуг.
17. Развитие электронных СМИ в индустрии туризма.
18. Эффективное управление системой обеспечения информационной безопасности.
19. Раскрытие информации в соответствии с обязательными требованиями регуляторов.
20. Сотрудники, представляющие компанию при внешних коммуникациях в туристской деятельности.
21. Комментирование информации, раскрываемой компанией; комментирование слухов.
22. Раскрытие предварительной информации.
23. Сроки и порядок предоставления доступа к информации и документам о деятельности
24. организации акционерам и иным заинтересованным лицам.
25. Взаимодействие с инвесторами и акционерами. Взаимодействие со средствами массовой информации
26. (СМИ).
27. SMM-анализ: метрики и показатели эффективности.
28. Анализ эффективности продвижения в социальных сетях на основе различных метрик (KPI).
29. Ошибки продвижения.
30. Показатели эффективности smm-кампании: повышение узнаваемости бренда.

31. Показатели эффективности smm-кампании: вовлеченность потребителей в коммуникации

### **Критерии оценки реферата**

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – контрольная работа**

### **Примерный перечень заданий**

Задание 1 К дополнительной информации о респондентах, получаемой в ходе маркетинговых исследований в Интернете, относится: а) IP-адрес компьютера; б) тип провайдера; в) оба ответа верны; г) нет правильного ответа.

Задание 2 Автоматическая письменная фиксация данных и автоматическая обработка онлайн-анкет заключается в том, что: а) вся беседа между исследователем и респондентом фиксируется в письменном виде; б) полученная запись беседы сохраняется в виде текстового файла; в) полученная запись беседы используется при автоматической обработке и анализе данных; г) все ответы верны.

Задание 3 Количество посещений веб-страницы пользователями называется: а) CTR; б) хит; в) VTL; г) хост.

Задание 4 Выделите данные, которые включаются в отчет интернет-разведки: а) общее описание сайта конкурента; б) основные изменения в структуре сайта; в) изменение общего рекламного бюджета конкурента; г) мониторинг медийных рекламодателей конкурентов.

Задание 5 Все крупные автопроизводители имеют свои сайты (например, <http://www.toyota.ru>, <http://www.nissan.ru>, <http://www.ford.ru>). Посетите эти веб-сайты. В таблице сопоставьте и сравните, как каждый из производителей использует технологии маркетинговых коммуникаций в Интернете для предложения своей продукции на рынке. Сопоставление использования технологий маркетинговых коммуникаций в Интернете на сайтах автопроизводителей. Какой из сайтов, по вашему мнению, наиболее эффективен и удобен для потенциальных потребителей? Обоснуйте свой выбор.

| № п/п | Технология маркетинговых коммуникаций | Характеристики использования технологий маркетинговых коммуникаций на сайтах автопроизводителя |        |      |
|-------|---------------------------------------|--|--------|------|
|       |                                       | Toyota   | Nissan | Ford |
| 1.    |                                       |  |        |      |
| 2.    |                                       |  |        |      |
| ...   |                                       |  |        |      |
| N     |                                       |  |        |      |

Задание 1 Интернет-панель — это: а) единовременно сформированная и обновляющаяся база данных потенциальных респондентов, заполнивших предварительный вопросник и

распределенных по группам (сегментам); б) постоянно формирующаяся и обновляющаяся база данных потенциальных респондентов, случайно отобранных и распределенных по группам (сегментам); в) постоянно формирующаяся и обновляющаяся база данных потенциальных респондентов, заполнивших предварительный вопросник, и распределенных по группам (сегментам); г) нет правильного ответа.

Задание 2 К основным типам маркетинговых исследований относятся: а) e-mail рассылка; б) онлайн фокус-группы; в) самозагружающийся опросник; г) размещение текстовых анкет в newgroups.

Задание 3 На этапе удержания клиентов наиболее эффективны инструменты интернет-маркетинга: а) контекстная реклама; б) медийная реклама; в) E-mail – маркетинг; г) SMM-маркетинг.

Задание 4 Выделите данные, которые включаются в отчет интернет-разведки: а) общее описание сайта конкурента; б) основные изменения в структуре сайта; в) изменение общего рекламного бюджета конкурента; г) мониторинг медийных рекламодателей конкурентов.

Задание 5 К дополнительным данным от сайтов, используемым при оценке посещаемости рекламируемого сайта, можно отнести один из следующих: а) хост б) хит в) количество кликов г) рекламное сообщение

Задание 2 По какой формуле считается количество потерянных пользователей: а)  $CF = K / UK$  б)  $SF = V / UU$  в)  $GP = PI / V$  г)  $K(\text{сайт } 1) - PI(\text{с сайта } 1) = Pt(\text{с сайта } 1)$

### ***Содержание контрольной работы:***

Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

### **Требования к контрольной работе:**

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и 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 зачету не допускаются.

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Ключевые аспекты цифрового маркетинга в индустрии туризма

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

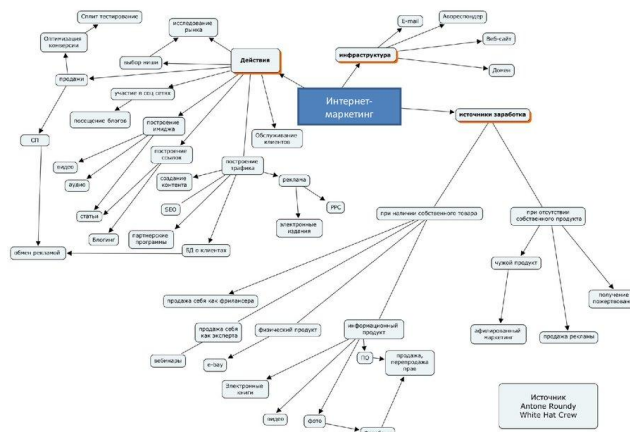


Источник: <https://savelev-sergey.ru/wp-content/uploads/2020/01/cifrovoy-marketing-800x365-1.jpg>

Рисунок Цифровой маркетинг: теория и практика 86В

Схема интернет-маркетинга

в концепции Antone Roundy, White Hat Crew



Источник:

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

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

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



Источник: [https://mir-s3-cdn-behance.net/project\\_modules/max\\_1200/bcfb0a100095949.5f018de7abbc2.jpg](https://mir-s3-cdn-behance.net/project_modules/max_1200/bcfb0a100095949.5f018de7abbc2.jpg)

[cf.behance.net/project\\_modules/max\\_1200/bcfb0a100095949.5f018de7abbc2.jpg](https://mir-s3-cdn-behance.net/project_modules/max_1200/bcfb0a100095949.5f018de7abbc2.jpg)

## Рисунок Эффективные инструменты интернет-маркетинга

### РАЗДЕЛ 2. Эффективность цифрового маркетинга в индустрии туризма

#### Тема 2.1. Современные технологии цифрового маркетинга в индустрии туризма



Источник: [http://rrbusiness.ru/media/uploads/2017/04/19/screenshot\\_10.jpg](http://rrbusiness.ru/media/uploads/2017/04/19/screenshot_10.jpg)

#### Схема Перспективы развития виртуального информационного пространства в туристской индустрии

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



Источник: [https://pandia.ru/text/82/153/images/img15\\_6.png](https://pandia.ru/text/82/153/images/img15_6.png)

#### Схема Направления оценки эффективности маркетинговых коммуникаций



## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГА



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

Рисунок Повышение эффективности маркетинга в сфере фаст-кэжуал

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

| №<br>п/п | Содержание изменения   | Реквизиты<br>документа<br>об утверждении<br>изменения   | Дата<br>введения<br>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<br>Ученого совета<br>института<br>№ 2<br>от «27» 04 2023 года              | 01.09.2023                    |
| 2.       | *  | Протокол заседания<br>Ученого совета<br>факультета<br>№ ____<br>от « ____ » ____<br>20__ года | __ . __ . ____                |
| 3.       | *  | Протокол заседания<br>Ученого совета<br>факультета<br>№ ____<br>от « ____ » ____<br>20__ года | __ . __ . ____                |
| 4.       | *  | Протокол заседания<br>Ученого совета<br>факультета<br>№ ____<br>от « ____ » ____<br>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)**

**СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И  
ГОСТЕПРИИМСТВА**

**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) «Событийный менеджмент и маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства» 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) .....  | 8  |
| 1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....  | 12 |
| 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 .....   | 26 |
| 3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) .....   | 26 |
| 3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающ ихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося ..... | 26 |
| 3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....         | 27 |
| Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю) .....  | 29 |
| КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....   | 29 |
| Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....                               | 62 |
| КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....  | 62 |
| Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....   | 73 |
| ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....  | 78 |

# 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   |
|---|---|
| <b>Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики</b> |   |
| <b>Тема 1.1. Виды событий: принципы успеха</b>                            | Выставки. Тенденции выставочной индустрии в России. Как повысить эффективность участия в выставке. Коммуникативная компетентность экспонентов. Золотые правила общения на выставке. BTL-индустрия. Дефиниция понятия «BTL коммуникации». Контекст развития BTL-инструментов. Пресс-конференции. Корпоративные события. Спонсорство и благотворительность. Отличия спонсорства, благотворительности, меценатства. Спонсорство как инструмент бизнеса. Повышение эффективности спонсорства.   |
| <b>Тема 1.2. Событие как проект</b>                                       | Проектные характеристики маркетингового мероприятия. Наличие цели и измеримых результатов. Ограниченность времени. Ограниченность ресурсов. Обособленность от прочих замыслов. Оргструктура под проект. Постановка целей. Требования к определению цели события. SMART-критерии. Возможные цели. Повышение узнаваемости. Паблिसити. Продажи (выручка и прибыль). Расширение контактов. Обучение, командообразование. Эмоциональная реакция участников. Методика «хочу-могу-буду». Проведение тендера. Ресурсы для объявления тендера. Измерение результатов. Результат и его измерение зависят от поставленной цели. Цели и критерии измерения результатов. Повышение узнаваемости – статистика. Паблисити – количество и качество. Продажи (выручка и прибыль) – |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>монетарное исчисление. Расширение контактов – количество, реальные клиенты, итог. Обучение, командообразование – навыки и знания, новые ролевые позиции. Эмоциональная реакция участников – анализ отзывов, наблюдение во время события.</p>   |
| <p><b>Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства</b></p> |   |
| <p><b>Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием</b></p>                         | <p>Основы событийного менеджмента. Понятие «мероприятие» и «событие»: сходства и отличия. Понятия «специальное событие», «event- менеджмент», «event», «событийный менеджмент». Объект и предмет дисциплины. Признаки специального события. «Естественные» и «Искусственные» события. Исключительность события. Классификация мероприятий и специальных событий. Роль стратегии в событийном менеджменте. Цели и задачи мероприятия. Стратегия. Создание концепции мероприятия и события, ее согласование с концепцией бренда. Тема 2. Подготовка, планирование мероприятия Подготовка мероприятия: этап исследования в событийном менеджменте. Первичные и вторичные исследования. Опросы. Параметр времени в опросах. Маркетинговые исследования. Использование результатов анализа. Составление плана. Работа с персоналом. Дизайн места проведения мероприятия. Дизайн сервиса. Гастрономический дизайн. Музыка. Свет. Планирование мероприятия: спонсирование мероприятия. Планирование ресурсов и распределение работ. Работа с подрядчиками. Бронирование зала. Заполняемость и способы рассадки. Определение идеи, сюжета мероприятия. Программа по проведению мероприятия. Определение аудитории и выбор 7 концепции мероприятия. Планирование времени и его распределение. Расписание. Тематический и сценарный план.</p> <p>Управление мероприятием Управление мероприятием. Организационный аспект. Типовая структура оперативного штаба управления. Работа с подрядчиками. Работа с персоналом агентства. Виды распределения работ (по проектам, по функциям). Временный персонал. Новостной менеджмент как часть процесса управления событием. Определение новости. Типы, критерии и структура новости. Структура новости. Этапы новостного менеджмента. Фрейминг. Приемы новостного менеджмента в практике организации событий.</p> <p>Кейтеринг, логистика и правовые аспекты Логистика. Кейтеринг. Управление каналами распространения билетов, приглашениями на мероприятия. Оценка и план логистики. Этика и правовые аспекты организации мероприятия. Страхование и юридические вопросы. Профессиональные отечественные и зарубежные ассоциации индустрии событий (НАОМ, АЕО, АФО, NOEA). Информационный менеджмент мероприятия. Современные информационные технологии в событийном менеджменте (профессиональные интернет-каталоги, сервисы тайм-трекинга, групповой работы, управления электронной почтой, проведения вебинаров и</p> |



|   |   |
|---|---|
|   | <p>видеоконференций, Интернет-трансляции, QRкоды, рассылки приглашений и продажи билетов, продвижения онлайн события, создания мультимедийных презентаций, онлайн-планировщики, мобильные приложения (Eventum), event-виджеты к блогам).</p>  |
| <p><b>Тема 2.2. Экономические аспекты управления событийным мероприятием в индустрии туризма и гостеприимства</b></p> | <p>Техническое обеспечение мероприятия. Свет и звук. Проекционная техника, аудио и видеосъемка. Неэлектрические устройства. Как работать с техническими подрядчиками. Приглашение артистов и VIP-гостей, обеспечение безопасности. Правила составления шоу программы. Как работать с VIP гостем. Букинговые и концертные агентства. Райдеры и гонорары артистов. Обеспечение безопасности. Четыре скорости удачного мероприятия (А. Шумович, А. Берлов): интрига, «включение», эмоции, коммуникация. Финансовое управление мероприятием. Факторы, влияющие на бюджет. Формирование цены на услуги событийного менеджмента. Гонорар eventагентства. Расходы и доходы. Пути снижения расходов. (Зарплаты). Техника безопасности. Охрана. Элементы и категории контроля. Тренды в событийном менеджменте. Социальные тренды и влияние на событие. 8 Признание событийного менеджмента как профессии. Рост «событийной» отрасли. Событийный франчайзинг. Расширение знаний и научных исследований в области событийного менеджмента. Адаптация событийным менеджментом опыта менеджмента окружающей среды. Увеличение вовлеченности государства в практику организации событий. Сценарий, оформление пространства, подарки. Зоны пространства мероприятия, шести-ступенчатая структура мероприятия, подарки на мероприятии, VIP-подарки. Материальные и нематериальные подарки. Оценка влиятельности события. Анализ результатов события. Типы исследований по результатам проведения события. Оценка символического влияния события (Graham Berridge). Социально-экономические, политические, экономические результаты мероприятия (события). Составление отчета о проведенном мероприятии. Условия, влияющие на выявление критериев оценки мероприятия. Зарубежные методики оценки эффективности мероприятий. Риски в событийном менеджменте. Основные риски и ошибки мероприятий. Финансовые риски и способы их нейтрализации. Запас прочности мероприятия. Риски, связанные с персоналом и партнерами</p> |
| <p><b>Раздел 3. Событийный маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства</b></p>                                     |   |
| <p><b>Тема 3.1. Методы креатива в event-маркетинге</b></p>  | <p>Event-маркетинг: близкие категории. Понятие событийный маркетинг. Событие в event-маркетинге. Event-маркетинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Интеграция внутренней и внешней маркетинговой среды. Интеграция различных видов маркетинговых коммуникаций. Краткая история российского event-бизнеса. Виды event-компаний. Виды и формы событий. Критерии классификации событий. Принципы успешности событий.</p>   |

|   |   |
|---|---|
|   | Единство и ограниченность времени и пространства. Принцип аттракциона. Взаимность обмена. Ритуальность действия. Принцип субъективности. Принцип драматизации. «Событие» предполагает креатив. Это отделяет его от «мероприятия». Бенчмаркинг в создании концепций специальных мероприятий. Применение метода бенчмаркинга. Наиболее распространённые типы креативных идей в event-маркетинге. Нестандартный объект в привычном пространстве. Прямая ассоциация. Выделение аспекта повседневности. Объединение культурных практик. Событийный потенциал бренда. |
| <b>Тема 3.2. Инструменты событийного маркетинга и МІСЕ-индустрия.</b> | Технологии событийного маркетинга. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга. Достоинства применения инструментов событийного маркетинга. Шок- промоушн. Игровой промоушн. Определение МІСЕ. Индустрия деловых встреч (meetings). Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive).   |

### ***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. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики**

##### **Тема 1.1. Виды событий: принципы успеха**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Пресс-конференции.
2. Корпоративные события.
3. Спонсорство и благотворительность.

##### **Тема 1.2. Событие как проект**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Измерение результатов.
2. Результат и его измерение зависят от поставленной цели.
3. Цели и критерии измерения результатов.

#### **Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства**

##### **Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Стратегия.
2. Создание концепции мероприятия и события, ее согласование с концепцией бренда.
3. Определение идеи, сюжета мероприятия. Программа по проведению мероприятия.
4. Определение аудитории и выбор концепции мероприятия.
5. Планирование времени и его распределение. Расписание. Тематический и сценарный план.
6. Приемы новостного менеджмента в практике организации событий.
7. Работа с персоналом агентства. Виды распределения работ (по проектам, по функциям).

##### **Тема 2.2. Экономические аспекты управления событийным мероприятием в индустрии туризма и гостеприимства**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Временный персонал.
2. Логистика. Кейтеринг.
3. Управление каналами распространения билетов, приглашениями на мероприятия.
4. Оценка и план логистики. Информационный менеджмент мероприятия.
5. Правила составления шоу программы.
6. Как работать с VIP гостем. Букинговые и концертные агентства.
7. Райдеры и гонорары артистов. Обеспечение безопасности

#### **Раздел 3. Событийный маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства**

##### **Тема 3.1. Методы креатива в event-маркетинге**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Зоны пространства мероприятия, шести-ступенчатая структура мероприятия, подарки на мероприятии, VIP-подарки.
2. Материальные и нематериальные подарки.
3. Составление отчета о проведенном мероприятии.

4. Риски в событийном менеджменте.
5. Основные риски и ошибки мероприятий.
6. Принципы успешности событий.

### **Тема 3.2. Инструменты событийного маркетинга и МІСЕ-индустрия**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Единство и ограниченность времени и пространства. Принцип аттракциона. Взаимность обмена. Ритуальность действия.
2. Принцип субъективности. Принцип драматизации.
3. Наиболее распространённые типы креативных идей в event-маркетинге.
4. Шок-промоушн.
5. Игровой промоушн.
6. Определение МІСЕ.

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

#### **Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики**

##### **Тема 1.1. Виды событий: принципы успеха**

#### **Иллюстрации:**

Сколько критериев классификации - столько и видов событий.

| Критерий классификации | Виды событий | Формы событий                               |
|------------------------|--------------|---|
| По маркетинговой среде | Внешние      | Промо-акции, пресс- конференции и др.       |
|                        | Внутренние   | Корпоративные события, тренинги, интенсивы. |

| Критерий классификации      | Виды событий  | Формы событий   |
|-----------------------------|---------------|---|
| По типу маркетинговой среды | Политические  | Митинг, демонстрация, встреча с избирателями, дебаты, государственный праздник, инаугурация и т. д. |
|                             | Корпоративные | Корпоративная вечеринка, тренинг, презентация продукции, выставка, промоакция и т.д.                |
|                             | Социальные    | Фандрайзинговая акция, благотворительный концерт и т. д.  |
|                             | Культурные    | Концерт, фестиваль, выставка, перформанс и т. д.  |
|                             | Научные       | Конференция, семинар, выставка научно-технических достижений  |
|                             | Спортивные    | Спортивное соревнование, показательные выступления, спортивные сборы                                |

| Критерий классификации                 | Виды событий | Формы событий |
|--|--------------|---------------|
| По характеру взаимодействия участников | Формальные   | Любые формы   |
|  | Неформальные |               |

| Критерий классификации         | Виды событий    | Формы событий  |
|--------------------------------|-----------------|--|
| По масштабам целевой аудитории | Международные   | Саммит, конференция, спортивное соревнование и т. д. |
|                                | Государственные | Официальный праздник, инаугурация и т. д.            |
|                                | Корпоративные   | Корпоративная вечеринка, тренинг, презентация        |

|  |              |  |
|--|--------------|--|
|  |              | продукции, выставка, промоакция и т. д.  |
|  | Микрособытия | Деловая встреча, романтическое свидание, «закономерная случайность», розыгрыш ит. д. |

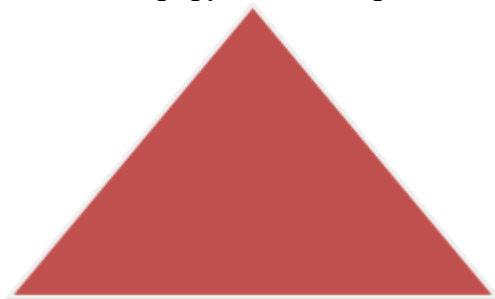
|                          |   |   |
|--------------------------|---|---|
| Критерий классификации   | Виды событий                                    | Формы событий   |
| По маркетинговым задачам | Закрепляющие достигнутое                        | Отчетная конференция, корпоративное мероприятие, завершающее длительный цикл деятельности и т. д. |
|                          | Направленные на кардинальное изменение ситуации | Ребрендинг, презентация нового продукта и т. д.   |

Источник: [https://bstudy.net/788767/ekonomika/vidy\\_formy\\_sobytiy#889](https://bstudy.net/788767/ekonomika/vidy_formy_sobytiy#889)

## Тема 1.2. Событие как проект

### Иллюстрации:

*Результат: ход мероприятия концентрируется на коротком отрезке времени*



*Ресурсы: персонал для Сроки проведения мероприятия планирования и подготовки устанавливаются заблаговременно*

Рисунок. 2 – Магический треугольник проекта событийного мероприятия

Источник: <https://studfile.net/preview/7808192/page:5/>

Таблица 1 – Примеры продолжительности подготовки и подведения итогов

| Мероприятия   | Продолжительность | Подготовительные работы   | Последствия (помимо прекращения и возвращения домой) |
|---------------|-------------------|---|--|
| Олимпиада     | 2 недели          | 9 лет (город, спортсмены, строительство, отборочные соревнования) | Использование зданий и сооружений                    |
| Конференция   | 3 дня             | 1 год: доклады, программы, организация.                           | Издание сборников материалов и проекты.              |
| Концерт, игра | 2 часа            | 1 год: репетиция, тренировки, продажа билетов.                    | PR   |
| Праздник      | полдня            | Полгода: координирование, приглашения.                            | Изыявление благодарности                             |
| Собрание,     | 2 часа            | 1 месяц: повестка   | Протокол,  |

|           |  |                            |                                  |
|-----------|--|----------------------------|----------------------------------|
| заседание |  | дня, повестка выступлений. | исполнение, претворение в жизнь. |
|-----------|--|----------------------------|----------------------------------|

Источник: <https://studfile.net/preview/7808192/page:5/>

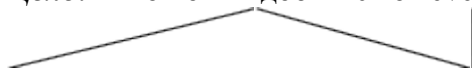
**Планирование: от цели к плану**



Рисунок 3 – Обратное планирование

Как указано выше, из основной цели вытекают второстепенные цели и меры.

**Цель:** «Что хотим добиться от event?»



**Целевая группа:** «К кому должен быть обращен event?»

**Бюджет:** «Сколько может стоить event?»

**Вид:** «Каким должен стать event?»

↓ **Суть программы:** «Что выражает event?»

**Участники:** «Кто должен участвовать в event?»

**Время:** «Когда должен состояться event?»

**Приглашения:** «Как целевая группа узнает о проведении event?»

**Обеспечение питанием:** «Как предоставляются еда и напитки?»

**Место:** «Где должен проводиться event?»

⇓ **Персонал:** «Кто задействован в проведении event?»

Цель: «Что хотим добиться от event?»

**Общественность:** «Как информируются люди о проведении event?»

**Организация:** «Как мы справляемся с проведением event?»

⇓ **Расходы:** «Как будут регулироваться финансовые вопросы?»

⇓ **Инфраструктура:** «Что должно быть установлено и что должно быть в наличии на месте проведения event?»

**Логистика:** «Как доставляются товары и люди к месту проведения event?»

Рисунок 4 – Решения планирования событийного мероприятия

Источник: <https://studfile.net/preview/7808192/page:5/>

## Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства

### Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием

#### Иллюстрации:

Тема 2.2. Экономические аспекты управления событийным мероприятием в индустрии туризма и гостеприимства

#### Иллюстрации:



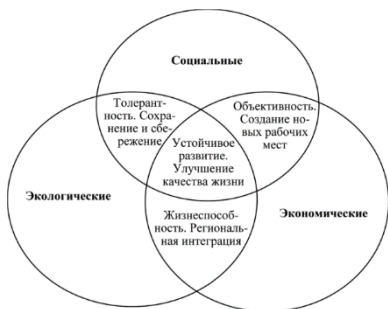


Рис. Комплексный подход к оценке событийных мероприятий, учитывающий принципы устойчивого развития

Источник:

[https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka\\_ekonomicheskogo\\_vozdeystviya\\_sobytiynyh\\_meropriyatiy\\_ekonomiku\\_regiona?ysclid=1h8xn9qkpu602268997](https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiynyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=1h8xn9qkpu602268997)

Таблица Классификация форм проведения ивентов в целях оценки экономической эффективности

|   | Мероприятие со свободным входом   | Участие в мероприятии ограничено (по билетам)                                   |
|---|---|---|
| Оценка экономического воздействия туризма | Оценка экономического воздействия туризма на мероприятиях со свободным входом | Оценка экономического воздействия туризма на мероприятиях с ограниченным входом |
| Оценка локальных расходов                 | Оценка локальных расходов на мероприятиях со свободным входом                 | Оценка локальных расходов на мероприятиях с ограниченным входом                 |

Источник:

[https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka\\_ekonomicheskogo\\_vozdeystviya\\_sobytiynyh\\_meropriyatiy\\_ekonomiku\\_regiona?ysclid=1h8xn9qkpu602268997](https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiynyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=1h8xn9qkpu602268997)



Рис. Методика исследования расходов туристов на событийном мероприятии

Источник:

[https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka\\_ekonomicheskogo\\_vozdeystviya\\_sobytiynyh\\_meropriyatiy\\_ekonomiku\\_regiona?ysclid=1h8xn9qkpu602268997](https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiynyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=1h8xn9qkpu602268997)



Рис. Механизм действия туристского мультипликатора в контексте оценки эффективности

Источник:

[https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka\\_ekonomicheskogo\\_vozdeystviya\\_sobytiinyh\\_meropriyatiy\\_ekonomiku\\_regiona?ysclid=1h8xn9qkpu602268997](https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiinyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=1h8xn9qkpu602268997)

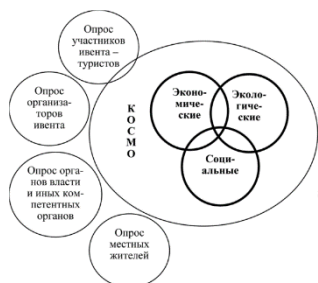


Рис. Компоненты КОСМО

Источник:

[https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka\\_ekonomicheskogo\\_vozdeystviya\\_sobytiinyh\\_meropriyatiy\\_ekonomiku\\_regiona?ysclid=1h8xn9qkpu602268997](https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiinyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=1h8xn9qkpu602268997)

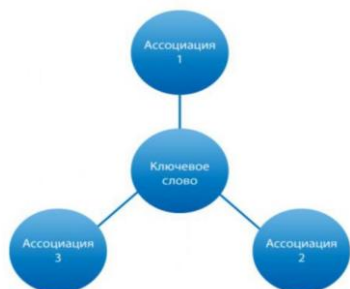
### Раздел 3. Событийный маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства

#### Тема 3.1. Методы креатива в event-маркетинге

Иллюстрации:

#### Тема 3.2. Инструменты событийного маркетинга и МІСЕ-индустрия

Иллюстрации:



Источник: <https://studfile.net/preview/7808192/page:2/>

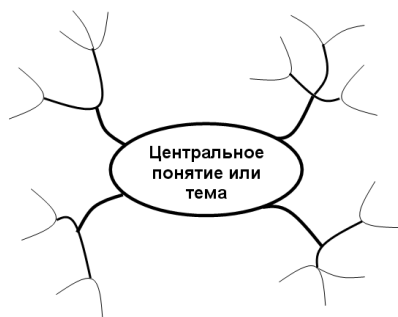


Рисунок 1 – Радиальная (кустообразная) структура ментальной карты

Источник: <https://studfile.net/preview/7808192/page:2/>

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Событийный менеджмент и маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, 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 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. 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                                      |
| <b>ИТОГО:</b>                               | <b>80</b>                               |

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 зачёта 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:

| <b>Рубежный рейтинг</b>  | <b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>  |
|--------------------------|---|
| 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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>баллов  | обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания  |
| 0 рейтинговых<br>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. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

#### 2. Тема лекционного занятия.

#### Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики

#### Тема 1.1. Виды событий: принципы успеха

#### 3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

#### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1.    | Виды и формы событий  | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 2.    | Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Издержки. | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

##### Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. Альтернативные модели поведения фирмы

##### Текст лекции.

Виды и формы событий

Сколько критериев классификации - столько и видов событий.

| Критерий классификации | Виды событий | Формы событий                               |
|------------------------|--------------|---|
| По маркетинговой среде | Внешние      | Промо-акции, пресс- конференции и др.       |
|                        | Внутренние   | Корпоративные события, тренинги, интенсивы. |

| Критерий классификации      | Виды событий  | Формы событий   |
|-----------------------------|---------------|---|
| По типу маркетинговой среды | Политические  | Митинг, демонстрация, встреча с избирателями, дебаты, государственный праздник, инаугурация и т. д. |
|                             | Корпоративные | Корпоративная вечеринка, тренинг, презентация продукции, выставка, промоакция и т.д.                |
|                             | Социальные    | Фандрайзинговая акция, благотворительный концерт и т. д.  |
|                             | Культурные    | Концерт, фестиваль, выставка, перформанс и т. д.  |
|                             | Научные       | Конференция, семинар, выставка научно-технических достижений  |
|                             | Спортивные    | Спортивное соревнование, показательные выступления, спортивные сборы                                |

| Критерий классификации                 | Виды событий | Формы событий |
|--|--------------|---------------|
| По характеру взаимодействия участников | Формальные   | Любые формы   |
|  | Неформальные |               |

| Критерий классификации         | Виды событий    | Формы событий   |
|--------------------------------|-----------------|---|
| По масштабам целевой аудитории | Международные   | Саммит, конференция, спортивное соревнование и т. д.                                  |
|                                | Государственные | Официальный праздник, инаугурация и т. д.   |
|                                | Корпоративные   | Корпоративная вечеринка, тренинг, презентация продукции, выставка, промоакция и т. д. |
|                                | Микрособытия    | Деловая встреча, романтическое свидание, «закономерная случайность», розыгрыш ит. д.  |

| Критерий классификации   | Виды событий                                    | Формы событий   |
|--------------------------|---|---|
| По маркетинговым задачам | Закрепляющие достигнутое                        | Отчетная конференция, корпоративное мероприятие, завершающее длительный цикл деятельности и т. д. |
|                          | Направленные на кардинальное изменение ситуации | Ребрендинг, презентация нового продукта и т. д.   |

Принципы успешности событий

### Принцип № 1.

Единство и ограниченность времени и пространства. Очевидно, что мероприятие предполагает место и время проведения. Однако небрежение этим принципом превращает событие в обычную условность. Приведу пример. Сибирский фестиваль альтернативного театра SibAltera проводился раз в год. Для получения большей прибыли правообладатели бренда стали продвигать театральные постановки круглогодично. В результате временные рамки события-бренда были размыты. Фактически он превратился в бренд промоутерской компании. Событие должно иметь начало и конец. То же происходит и с местом проведения.



Участники события должны проживать его вместе. Если Вы организуете мероприятие на слишком обширной площадке и создаете на ней много точек притяжения внимания аудитории, единого события может не получиться.

### **Принцип № 2.**

Принцип аттракциона. Удивляйте! Аудиторию нужно развлекать, дарить ей эмоции. Однако далеко не все может удивить. Теоретики театра и кино давно выделили несколько типов аттракционов, способных развлечь зрителя. Среди них: аттракцион-неожиданность, аттракцион-рекорд, аттракцион-красота, аттракцион-уродство, аттракцион-диговина, аттракцион-чудо, аттракцион-казус, аттракцион-тайна, аттракцион-запрет, аттракцион-скандал, аттракцион-риск и др.

#### **Примеры:**

Аттракцион-диговина: любая презентация сверхмодного гаджета, направленная на демонстрацию его особых свойств и функций.

Аттракцион-скандал: пресс-конференция, содержащая в себе скандальные признания знаменитости, предполагающая обнародование сведений скандального характера (шоу-бизнес - тоже бизнес).

Аттракцион-рекорд: практически любое из мероприятий Агентства «Пари», создающего Российскую книгу Гиннеса, все с приставкой «самый».

Аттракцион-красота: легендарные шоу Victoria's Secret (показы нижнего белья).

### **Принцип № 3.**

Взаимость обмена. Принцип взаимного обмена - в социальной психологии механизм, обеспечивающий взаимный (не обязательно эквивалентный) характер обмена материальными и нематериальными ценностями. Если Вы приветствуете кого-то, протягивая руку, то можете рассчитывать на взаимность. Так принято в человеческом обществе. Если Вы подарили аудитории хорошие эмоции, удивили или развлекли, то можете рассчитывать на взаимность в отношении к своему бренду. Это работает во всех случаях, кроме попытки наглого подкупа. Известен случай, когда промоутеры известного московского клуба собрали на открытие массу известных людей столичного светского общества - от дизайнеров до бизнесменов и звезд эстрады. Заманивая знаменитостей, промоутеры осыпали их подарками. Капиталовложения в итоге стали решающим фактором: клуб «раскрутили», и он получил широкую известность. Однако были услышаны от нескольких гостей того вечера скептические реплики в адрес организаторов. Подкупом нельзя построить ни равные отношения, ни создать хорошую молву о себе. Звезды пришли на вечер, и их фотографии появились на сайте клубного проекта. Однако едва ли они советовали это заведение своим друзьям и знакомым.

С другой стороны, каждое успешное мероприятие, получившее хороший резонанс в виде публикаций, слухов и отзывов, - это всегда результат обмена, главным образом, нематериальными активами. Если гостей влечет на мероприятие не халява, а неподдельный интерес к происходящему, то они так же альтруистично будут рассказывать об увиденном и с радостью потреблять продвигаемую через мероприятие продукцию.

### **Принцип № 4.**

Ритуальность действия. Примеры: обмен рукопожатиями, клятва верности на свадьбе, инаугурация президента и т. д. Корпоративные праздники не являются исключением. Ритуальные действия, чуть размытые ритмами современной жизни, присутствуют в самой основе праздника. Люди стремятся делать то, что принято в подобных случаях. Любое коллективное действие, имеющее символический смысл, воспринимается как ритуал. Но будьте осторожны: современное общество все еще переживает посттравматический синдром относительно всех признаков тоталитаризма. Любая попытка навязать корпоративную идеологию воспринимается как вторжение в личностное пространство. К тому же сотрудники достаточно эмансипировались. Они часто меняют место работы, открывают собственный бизнес и даже становятся фрилансерами. Сохранить баланс между корпоративными и частными интересами поможет ирония. Хотите петь корпоративный гимн? Сделайте его веселым, без пафоса. Хотите устроить посвящение для новых сотрудников? Вложите в него

элемент абсурда! Используйте ритуальные схемы, но сохраняйте ироническую дистанцию к самим себе. Это единственный способ быть понятым.

Пример. Компания «Мегатрон» вывезла своих сотрудников в Турцию на корпоративный музыкальный конкурс «Мегавидение». Вложения были серьезными и организаторы, конечно, попытались вложить в событие корпоративный месседж. В результате многие исполняемые песни фактически превратились в гимны родной компании. В ситуации оказания давления на сотрудников подобная ритуализация могла бы повлечь за собой негативную реакцию. К счастью, этого не произошло. Проект с самого начала был «фановым», предполагал, что сотрудники отдохнут, а не прослушают «курс политинформации». В итоге дальнейшие реплики про «сбор корпоративной секты» носили иронический характер. Вместо излишнего пафоса была сохранена ироничная дистанция к происходящему.

Ритуал - ситуативно обусловленная, воспроизводимая в устойчивой форме последовательность действий («в таких случаях делают так-то»).

### **Принцип № 5.**

Принцип субъективности. Бренд - это не то, что придумали маркетологи, а то, что в итоге считает о нем аудитория. Когда мнение сложилось, поздно кричать «Я имел в виду другое». Это же правило можно применить к событию. Событие не сценарная задумка, а восприятие его участниками. Этим восприятием можно управлять как во время мероприятия, так и после него, как применительно к непосредственным участникам события, так и его далеким наблюдателям. Событие произошло, и впечатление уже было произведено. Кто-то остался недоволен. Помните, что подробности недавнего прошлого быстро забываются. Мы очень субъективны в отношении оценки вчерашнего дня. Обобщить картину прожитого нам помогают другие готовые мнения. Предположим, Вы ушли с презентации, испытывая крайнее неудовлетворение увиденным. На следующий день, когда страсти остыли, Вы заходите на промо-сайт и видите позитивные оценки участников. Вы знаете этих людей, отделы и компании, которые они представляют, Вы не можете подозревать их в нечестности. Вы начинаете думать, что первоначальное негативное впечатление - результат вашего плохого настроения или проблем на работе. В результате вы, как правило, пересматриваете первоначальную позицию и находите в событии хорошие стороны. Что же произошло на самом деле? Организаторы мероприятия повели себя как хороший официант в ресторане. Вспомните: официант спрашивает, широко улыбаясь, понравился ли Вам ужин. Как вежливый человек, Вы отвечаете нейтрально-позитивно, даже если не были полностью удовлетворены. После этой позитивной оценки, продолжая невольно избранную линию поведения, Вы оставляете вдвое большие чаевые, чем планировали. Если радушные хозяева вечеринки добродушно спросят на выходе гостей об их впечатлении, то шанс получить хороший отзыв возрастает. Человек проявляет обычную вежливость, а потом просто вынужден придерживаться занятой позиции. К тому же каждый ценит заботу о себе. Так объективно существовавшее событие обрастает массой комментариев. Сбор отзывов превращается из мониторинга общественного мнения в инструмент его создания.

### **Принцип № 6.**

Принцип драматизации. Нередко можно столкнуться с такой ситуацией: профессиональный event-менеджер рассказывает о своей работе. Просишь рассказать о необычном проекте, а в ответ тишина. Обещает прислать фотографии. Перевод с визуального языка на вербальный непрост. Придумал хорошую картинку, объяснил на пальцах дизайнеру, что от него требуется. Мероприятие получилось красивое. Что еще нужно? Оказывается, одной картинке недостаточно. О чем будут писать журналисты? О чем будут рассказывать друзьям участники мероприятия. Если сам event-менеджер не может рассказать о событии, то, что же будут делать участники! Организаторам событий нужно учиться у писателей. Литературное произведение имеет систему персонажей с напряжением и поводом для конфликта в отношениях. У романа есть зачин, развитие событий, кульминация и эпилог.

То же и с мероприятием. Оно придумывается по законам драматургии. Событие должно быть спланировано так, чтобы потенциально могло стать легендарным в жизни компании и ее

клиентов. Простой тест: развивая креативную идею, не только описывайте событие (статическая картинка), но и рассказывайте про него (динамичная история). Сделайте участников мероприятия героями своего повествования. Отличный инструмент, позволяющий выйти на новый уровень.

*Источник: [https://bstudy.net/788767/ekonomika/vidy\\_formy\\_sobytiy#889](https://bstudy.net/788767/ekonomika/vidy_formy_sobytiy#889)*

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Инфраструктура обеспечения питанием (оснащение, центральный склад, сервис).  
Хранение продуктов питания.
2. Инфраструктура событийного мероприятия: место проведения, безопасность, персонал для инфраструктуры.
3. Использование на мероприятии наличных денег или талонов.
4. Кейтеринг и формирование цен.
5. Кейтеринг, логистика и формирование цен.

# 1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

## 2. Тема лекционного занятия.

### Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики

#### Тема 1.2. Событие как проект

#### 3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

#### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                                 | Методы и средства обучения  |
|-------|---|---|
| 1.    | Маркетинговые мероприятия                           | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи                          |
| 2.    | Проектные характеристики маркетингового мероприятия | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи<br>Заключительная лекция |

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

##### Введение.

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

#### 1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Событие как проект

##### Текст лекции.

Маркетинговые мероприятия представляют собой комплекс мер по привлечению клиентов и повышению объемов продаж. Основные виды маркетинговых мероприятий - это презентации, выставки, распродажи, акции и прочие процедуры. Понятие маркетингового мероприятия гораздо шире, чем просто рекламная акция. Оно включает также процесс исследования и выход на новый сегмент рынка, повышение или понижение цен, ребрендинг и т.д. Необходимо помнить, что процесс управления продвижением товаров обязательно включает в себя проведение маркетинговых мероприятий, которые направлены на достижение контакта с целевой аудиторией. Как правило, планирование маркетинговых мероприятий компании производят после разработки годового бюджета компании. Главная цель организации маркетинговых предприятий - соединить в единое событие время, место и

атмосферу, для того чтобы незаинтересованный и занятой потенциальный потребитель обратил внимание и оценил предназначенную для него информацию о товаре или услуге.

### **Проектные характеристики маркетингового мероприятия:**

1. Наличие цели и измеримых результатов.
2. Ограниченность времени. · Ограниченность ресурсов.
3. Обособленность от прочих замыслов.
4. Оргструктура под проект.

Самое важное в планировании и управлении событийным мероприятием — определить цель, осознать ее и не упускать из виду. Событийное мероприятие не происходит само по себе, его далеко не так просто устроить. Он планируется целенаправленно, чтобы служить определенной надобности. Перед ним могут стоять следующие цели:

– непосредственный эффект (поступления от реализации приуроченной к событийному мероприятию продукции, в особенности от продажи входных билетов и товаров);

– воздействие на конкретных людей (средства информирования, образование, политика, продажи);

– обеспечение всесторонней осведомленности об объекте (место, здание, помещение). Привлечение внимания людей к мероприятию или объекту. Сюда же относится и поездка на место события;

– инициирование проекта, привлечение участников, спонсоров, общественности и обозревателей, их мотивирование;

– перенесение позитивного атрибута событийного мероприятия на объект.

Каждое событийное мероприятие ориентировано на определенную цель. Чтобы добиться цели, событийный маркетинг должен учитывать интересы клиентов (участников):

– событийное мероприятие должно быть активным и увлекательным;

– событийное мероприятие должно производить благоприятное впечатление на участников;

– планирование событийного мероприятия должно быть четким и не допускать сбоев.

Исключительные события затрагивают эмоциональную сферу и могут служить для:

1. Сообщения информации.

2. Побуждения к активности и мотивирования.

3. Формирования основного стиля поведения и установления норм.

В определении мероприятия на первый план выносятся не субъективное переживание, а объективный ход событий. Планирование и проведение мероприятий важны для предпринимательства и прочих общественных институтов по многим причинам. Широкий спектр мероприятий можно классифицировать по таким критериям, как вид (характер, способ проведения), масштабы и цель.

Следующие соображения должны быть учтены в отношении каждой группы участников. Участники могут:

– обязать себя к участию в мероприятии за гонорар и с условием возмещения издержек (стоимости поездки, накладных расходов);

– участвовать в мероприятии без убытка для себя либо понести только личные расходы (например, оплатив проезд) (путь протяженностью 100 км занимает по меньшей мере два часа и стоит приблизительно 50 евро, что сопоставимо с расходами на само событие);

– быть вынуждены оплачивать участие в мероприятии либо сообщать о своем прибытии;

– получить приглашение (в т. ч. персональное приглашение), участники, тем не менее, постоянно расходуют свое личное время, причем не только на собственно участие, прибытие и отъезд, но и на информацию о мероприятии (пассивно — посредством чтения, активно — путем расі іросграі генія информации), а также на сообщение о своем прибытии, приобретение входных билетов, сборы в дорогу.

Количество предлагаемых мероприятий продолжает расти, а диапазон их содержания становится все шире, что неизбежно отнимает имеющееся свободное время участников (за вычетом предусмотренного обязательствами). Поэтому организатор событийного мероприятия должен активно побуждать к участию все группы лиц. Диапазон его действий

простирается от информирования участников и побуждения их к принятию решений до усиления их решительности, с тем чтобы обеспечить гарантию участия также и в конкурентной ситуации. В зависимости от вовлечения тех или иных групп лиц планирование участия и количества участников должно осуществляться по-разному. Обслуживание участников до, во время и по окончании мероприятия является важным вкладом в достижение успеха. Большое значение имеет активизация участников, ведущая к размыванию границ между группами.

При планировании и реализации проекта важны как подготовительные работы, так и подведение итогов с анализом результатов.

Инициирование и старт:

- видение, постановка цели;
- программа, информирование, концепция событийного мероприятия;
- стратегия, планирование, концепция подготовки и хода мероприятия. Подготовка и пуск:

1. Планы (предварительные работы, проведение, оценка результатов):

- событийное мероприятие (содержание, участники, маркетинг);
- логистика (действующие лица, посетители, материалы);

2. Анализ рисков, структурирование, организация;

3. Реализация.

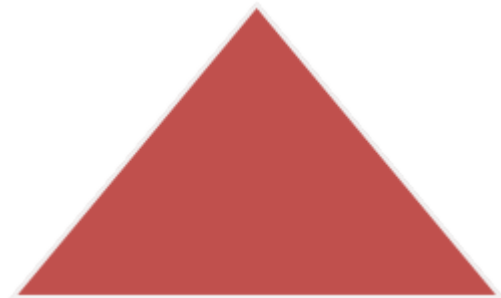
Действие (проведение мероприятия):

- приветствие участников, обслуживание и проводы;
- текущий контроль.

Последействие и подведение итогов:

- демонтаж сооружений и оборудования;
- документирование;
- обратная связь, оценка ответов, обработка данных, внесение усовершенствований;
- освобождение от обязанностей и привлечение сотрудников;
- принятие решений о дальнейших мероприятиях. Планирование и подготовка событийного мероприятия представляет собой типичный проект (рисунок 2).

**Результат: ход мероприятия концентрируется на коротком отрезке времени**



**Ресурсы: персонал для Сроки проведения мероприятия планирования и подготовки устанавливаются заблаговременно**

Рисунок. 2– Магический треугольник проекта событийного мероприятия

«Магический треугольник» проект-менеджмента для событийного маркетинга отличается особой спецификой выражения и краевых условий.

Собственно мероприятие является лишь незначительной частью проекта. Предварительные работы по времени могут превосходить его в сто и более раз.

Таблица 1 – Примеры продолжительности подготовки и подведения итогов

| Мероприятия | Продолжительность | Подготовительные работы   | Последствия (помимо прекращения и возвращения домой) |
|-------------|-------------------|---------------------------|--|
| Олимпиада   | 2 недели          | 9 лет (город, спортсмены, | Использование зданий и                               |

|                            |        |  |  |
|----------------------------|--------|--|--|
|                            |        | строительство, отборочные соревнования)        | сооружений                                 |
| <b>Конференция</b>         | 3 дня  | 1 год: доклады, программы, организация.        | Издание сборников материалов и проекты.    |
| <b>Концерт, игра</b>       | 2 часа | 1 год: репетиция, тренировки, продажа билетов. | PR   |
| <b>Праздник</b>            | полдня | Полгода: координирование, приглашения.         | Изыявление благодарности                   |
| <b>Собрание, заседание</b> | 2 часа | 1 месяц: повестка дня, повестка выступлений.   | Протокол, исполнение, претворение в жизнь. |

В процессе подготовки, естественно, затраты средств и труда распределяются неравномерно. Запланированные действия с самого начала должны осуществляться своевременно. Контроль и управление предполагают, что и подведение итогов будет спланировано и инициировано вовремя.

Таким образом, не столь очевидные издержки на подготовительные работы, подведение итогов и инфраструктуру оказываются на порядок выше, чем расходы на собственно мероприятие.

При планировании мероприятия речь идет прежде всего о следующих моментах:

- вопрос, вытекающий из постановки цели: «для чего это все?»;
- определение отдельных целей: «что должно получиться?»;
- вопрос, на основании которого планируются все действия: «что нужно для этого делать?»;
- далее определяется, кто будет выступать и что будет происходить: «кто? когда? что делает?»;
- требуемая подготовка задается постановкой вопроса: «что для этого необходимо?».

При постановке новых задач и установлении сроков для отдельных этапов задач, решаемых по частям, возникает необходимость в обратном планировании. Это значит, что отталкиваться нужно от конечного результата, т. е. не от событийного мероприятия, но от достигаемой благодаря ему цели. Таким образом определяются промежуточные цели, вспомогательные меры и конкретные шаги. Автоматически планом охватываются такие действия, которые способствуют достижению целей либо устраняют препятствия на пути к ним (рисунок 3).

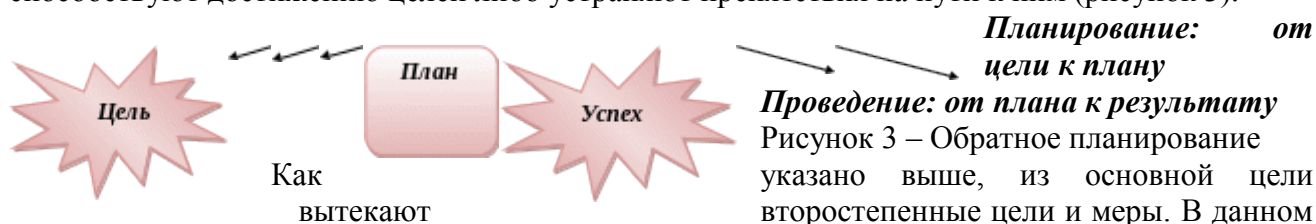


Рисунок 3 – Обратное планирование  
указано выше, из основной цели второстепенные цели и меры. В данном случае можно использовать матрицу целей и мер. Меры могут быть включены в сетевой план в процессах с обозначенными сроками и этапами.

Следующий рисунок сводит воедино этапы принятия решений в процессе планирования событийного мероприятия (рисунок 4).

**Цель:** «Что хотим добиться от event?»

**Целевая группа:** «К кому должен быть обращен event?»

**Бюджет:** «Сколько может стоить event?»

**Вид:** «Каким должен стать event?»

↓ **Суть программы:** «Что выражает event?»

**Участники:** «Кто должен участвовать в event?»

**Время:** «Когда должен состояться event?»

**Приглашения:** «Как целевая группа узнает о проведении event?»

**Обеспечение питанием:** «Как предоставляются еда и напитки?»

**Место:** «Где должен проводиться event?»

⇓ **Персонал:** «Кто задействован в проведении event?»

Цель: «Что хотим добиться от event?»

**Общественность:** «Как информируются люди о проведении event?»

**Организация:** «Как мы справляемся с проведением event?»

⇓ **Расходы:** «Как будут регулироваться финансовые вопросы?»

⇓ **Инфраструктура:** «Что должно быть установлено и что должно быть в наличии на месте проведения event?»

**Логистика:** «Как доставляются товары и люди к месту проведения event?»

Рисунок 4 – Решения планирования событийного мероприятия

В основу успеха должно быть положено тщательное планирование и безупречная организация каждого мероприятия: здесь необходимо действовать систематически и избегать распространенных ошибок. Исключительность события приносит и дополнительную выгоду, которая проявляется по прошествии времени, когда становится ясно, что возможные сбои и неудачи удалось предупредить, и подтверждается оправданность мероприятия.

**Оценка экономического эффекта от проведения событийного мероприятия.** Сложность экономической оценки заключается в том, что событийный маркетинг часто работает не на сиюминутное повышение продаж, а на долговременные задачи создания и поддержания имиджа бренда. В этих условиях использование событийного маркетинга может рассматриваться заказчиком едва ли не как альтруизм, а исполнителем — едва ли не как чистое искусство. Однако при всей сложности измерения результатов специального мероприятия попытки хотя бы приблизительной оценки необходимы для обеих сторон: заказчик должен знать, ради чего он вкладывает средства в производство мероприятия, исполнитель — каков реальный эффект его работы и ради чего заказчик вступает во взаимодействие с ивент-компанией.

Невозможно измерить эффект от воздействия мероприятия сразу после его проведения, поэтому первоначальный договор не должен предполагать предоставления отчета на следующий день после мероприятия. Событие, существующее в сознании целевых аудиторий, должно быть локализовано во времени и пространстве, обладать логической завершенностью внутренней драматургии. Что касается событийного менеджера, то уже на следующий день после мероприятия ему следует озаботиться вопросом предварительной оценки эффективности мероприятия и развития его информационного результата.

Стимулирование публикаций в СМИ, а также сообщений с мероприятия на внутрикорпоративном уровне позволяет пролонгировать информационный эффект и закрепить его воздействие на целевые аудитории. Следует также отметить, что вопрос об эффективности событийного маркетинга не может быть решен в универсальном, обобщающем ключе: средства и критерии оценки тесно связаны с формой и целями мероприятия.

Начнем с мероприятий, направленных на продвижение продукта во внешней маркетинговой среде.

Можно выделить несколько базовых ситуаций, от которых зависят перспективы исследования маркетингового эффекта:

1. «Чистая ситуация». Это ситуация, когда компания не использует большое количество рекламы, и прямых продаж.
2. Вторая ситуация связана с продвижением нового продукта. Если это продвижение начинается со специальной акции или продажи, можно фиксировать по ее результатам, что сильно упрощает задачу атрибутировать эффект события. Так происходит на выставках, где также осуществляется продажа.



3. Процедура сопоставления сегмента рынка. Это очень важная находка при определении эффекта. Необходимо выяснить, на какой сегмент рынка воздействует мероприятие и посредством маркетингового исследования диагностировать произошедшие изменения.
4. Использование кооперирующих фирм. Можно прибегнуть к статистике дилеров для определения изменений, происходящих в различных сегментах рынка.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что все предложенные ситуации описывают один и тот же критерий — продажи и фиксируют взаимосвязь продаж со специальным мероприятием, направленным на их стимулирование.

Продажи, однако, не являются единственным критерием оценки эффективности мероприятия, даже на внешнекорпоративном уровне. В какой-то мере эффект специального мероприятия невозможно оценить до конца. Существуют способы диагностики мнения потребителей (если мероприятие направлено на внешнюю маркетинговую среду). Так, в ходе мероприятия можно обменяться контактами с участниками в виде электронных адресов. Навязывание отношений после мероприятия может внушить потребителю чувство протеста и дать эффект, обратный желаемому. Так, если мероприятие содержит интересный визуальный ряд (а это должно быть именно так), можно предложить потребителям оставить свои электронные адреса, на которые в дальнейшем будут высланы фотографии с мероприятия. В письме, помимо фотографий, следует поместить благодарности за участие в событии, различные пожелания, а также просьбу дать «экспертную» оценку, выразив отношение к бренду или событию. Эта просьба может завершаться гипер-ссылкой, ведущей корреспондента на страничку с анкетой размещенной на сайте компании.

Еще одним способом измерения эффекта мероприятия являются публикации в СМИ. Этот критерий чаще всего используется в том случае если мероприятие рассматривается в первую очередь как информационный повод. Главное при оценке данного критерия — учитывать не количество публикации, а соответствие источника вашей целевой аудитории.

Следующий механизм, способный дать оценку результатов мероприятия, — проектный менеджмент. К сожалению, в проектном менеджменте оценка результатов проекта разработана хуже всего. Однако можно взять на вооружение основную логику — ориентацию на цели. Нельзя отрицать этот тезис из-за его простоты и очевидности, ведь ивент-агентство (и даже ответственное лицо и компании) может выдавать побочный результат за основной. Имеет смысл при чтении и составлении отчетных документов абстрагироваться от эмоциональных впечатлений о мероприятии и обратить внимание на реализацию поставленных целей. То, что мероприятие было организовано, собрало целевую аудиторию и прошло без проблем — хороший, но не основной результат. Важно оценить реакцию целевой аудитории.

Помимо уже перечисленных видов оценки, существует метод непосредственного наблюдения за участниками мероприятия. Этот метод нельзя представить численно, однако он одинаково важен при оценке событий как внешней, так и внутренней маркетинговой среды. Нужно отметить, что компания-заказчик не должна ожидать от исполнителя каких-либо комментариев относительно выявившихся в ходе события аспектов отношения целевой аудитории к бренду, если это не оговорено в рамках предварительных договоренностей.

Грамотный HR на корпоративном мероприятии должен сам взять на себя функцию диагностического наблюдения за реакциями аудитории. Это наблюдение возможно и в повседневной работе, но на специальном мероприятии взаимодействие представлено в открытой и концентрированной форме. Интерес для наблюдателя должны представлять не только ответные действия аудитории, но и их динамика на протяжении мероприятия. Хорошее настроение целевых аудиторий не исключает того, что после события сам бренд вскоре будет позабыт. Поэтому наблюдатель должен обратить внимание не только на то, как реагируют участники события на происходящее, но и на то, как в ходе мероприятия представляется бренд. Это важно потому, что даже на этапе оценки концепции и чтения сценария можно представить себе мероприятие в общих чертах.

Со стороны подрядчика необходимо проявить особое внимание к построенному взаимодействию с компанией-заказчиком. Даже если мероприятие не предполагает мгновенного измеряемого эффекта, как в большинстве корпоративных событий, нужно выбрать какой-либо способ оценки мероприятия и составить на его основе отчет для заказчика. Это следует делать даже в том случае, когда договорные обязательства от вас эту не требуют, ведь существует интерес в работе с этим клиентом в будущем. Отчет следует сопроводить устным комментарием, не ограничиваясь высланным по почте документом. Это увеличит шанс повторного обращения или даже заключения годового контракта<sup>1</sup>.

Чтобы суметь определить общие затраты во время работы над проектом в целом и в процессе планирования, нужно продуманно распределить все затраты по их видам и носителям. Основу для такого разделения вновь составляет структурный план проекта, разбивающий целостное мероприятие на обозримые участки работ. Возможное распределение затрат по их видам и носителям в рамках событийного мероприятия выглядит следующим образом.

Виды затрат:

1) Затраты на отдельные проекты:

- затраты на персонал;
- затраты на материалы;
- арендная плата за необходимое оборудование;
- расходы на необходимые устройства и механизмы;
- расходы на сторонние услуги;
- дорожные расходы, затраты на обучение и специальную литературу;
- затраты на электронную обработку данных;
- затраты на безопасность и транспортные расходы. • Затраты на проект в целом:
- затраты на управление;
- затраты на обслуживание проекта;
- арендная плата;
- прочее.

Носители затрат:

1. Проект в целом.
2. Составляющая проекта.
3. Рабочий пакет.

Распределение общих затрат на проект по видам и носителям имеет большое значение для последующего контроллинга, поскольку именно благодаря ему возможно провести продуманное сравнение плановых и фактических расходов в процессе реализации проекта. Далее имеет смысл приурочить отдельные затраты к запланированным отрезкам времени и все имеющиеся на данный момент затраты представить на временной шкале. Таким образом можно вовремя распознавать «финансовые бреши» и принимать соответствующие меры. Чтобы в процессе реализации проекта иметь возможность контролировать затраты, необходимы представления оценок затрат отдельных рабочих пакетов, которые послужат основой. Отчеты о выполнении работ, представляемые ответственными за отдельные рабочие пакеты, должны содержать сведения об уже осуществленных затратах, а также, что не менее важно, учитывать следующие моменты:

- начатый рабочий пакет и сделанные заказы/поручения сторонним фирмам;
- степень разработанности рабочих пакетов (продвинутость в процентном отношении);
- заверченный и прошедший проверку рабочий пакет;
- возникающие при этом затраты на персонал и стоимость имущества в расчете на рабочий пакет.

Чистого сравнения получающихся и запланированных затрат тем не менее оказывается недостаточно, чтобы проконтролировать весь поток затрат, поскольку отклонения от плана могут быть обусловлены различными причинами, наслаения которых друг на друга способны привести к искажению фактической проблемы. В связи с этим могут возникнуть ошибки в

расчетах, а неверно намеченные меры по управлению не принесут ожидаемого позитивного результата или, в худшем случае, еще более усугубят отклонения от плана<sup>2</sup>.

1 <http://eventmarket.ru.tesla.mtv.ru>

2 У.Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р.Мозер, М. Целлер., Event-Менеджмент. 2007-381с.

*Источник: <https://studfile.net/preview/7808192/page:5/>*

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Инфраструктура обеспечения питанием (оснащение, центральный склад, сервис).  
Хранение продуктов питания.
2. Инфраструктура событийного мероприятия: место проведения, безопасность, персонал для инфраструктуры.
3. Использование на мероприятии наличных денег или талонов.
4. Кейтеринг и формирование цен.
5. Кейтеринг, логистика и формирование цен.

# 1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

## 2. Тема лекционного занятия.

### Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства

#### Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием

##### 3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

##### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения   |
|-------|--|--|
| 1.    | Сущность ивент-менеджмента                                     | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2.    | Технология event-менеджмента                                   | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3.    | Управление проектами в ивент-менеджменте                       | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 4.    | Планирование и разработка проектов событий в ивент-менеджменте | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

##### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

###### Введение.

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

###### 1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием

###### Текст лекции.

Сущность ивент-менеджмента Event-менеджмент включает в себя действия от постановки цели и увязывания ее со стратегическими задачами, оперативным планированием и проведением мероприятий в заранее определенных пространственно-временных рамках. При этом в центре event-менеджмента находится целевая аудитория проектируемого события и заказчики проведения данного мероприятия. Ивент-менеджмент или событийный менеджмент представляет собой "комплекс мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий, задача которых заключается в том, чтобы сделать из обычного мероприятия уникальное событие, которое запомнится целевой аудитории" [1]. Содержание события представляет собой совокупность различных сюжетных ходов, художественных приемов, реализуемых с помощью артистов, специальной техники, компьютерных эффектов, музыки и т.п. Запланированные события – это пространственно-временной феномен, каждый из них уникален вследствие взаимодействия окружающей обстановки, публики, систем управления, включая разработку отдельных элементов и программы. Каждое событие создается с конкретной целью, а сам процесс их создания является прикладной областью менеджмента, которая включает в себя управление планированием, проведением и профессиональной реализацией специальных мероприятий, к которым, например, можно отнести фестивали, государственные праздники, спортивные соревнования и т.п. Кроме того, к сфере событийного менеджмента относят также бизнес-мероприятия, встречи, выставки, конференции, форумы, саммиты, и частные мероприятия, например, свадьбы, юбилеи и т.п. Таким образом, сущность событийного менеджмента проявляется в управлении организацией специальных мероприятий. В этой связи отправной точкой event-менеджмента выступает определение характера события, повода для проведения мероприятия, в соответствии с которыми формируется цель и задачи организации события. В зависимости от характера мероприятия, можно выделить следующие типы событий: социально-ориентированные события: спортивные мероприятия и соревнования, праздники, пропаганда, массовые гуляния, музыкальные выступления, концерты; деловые события: семинары, выставки, конференции; благотворительные: мероприятия по сбору средств, открытие фондов; особо-значимые события: годовщины, церемонии, поздравления, открытия социальных объектов, торжества; рекламные и маркетинговые события: акции, распродажи, открытие новых торговых точек и т.п. Следует отметить, что одно событие может по своему характеру соответствовать двум типам, например, организация праздника, посвященного годовщине основания города. Развитие событийного менеджмента обусловлено в первую очередь тем, что организация и управление проведением любого мероприятия требует значительных интеллектуальных и материальных затрат, а также времени. Поэтому вопросы эффективного управления в событийной сфере обусловили развитие ивент-менеджмента, к которому относят: определение конечных целей события, формирование совокупности задач, достижение желаемого общественного резонанса в результате организации конкретного события. В настоящее время событийный менеджмент представляет собой также один из эффективных PR-инструментов, применение которого предполагает получение определенного эффекта в плане влияния на потребности и интересы общественных групп. Событийный менеджмент связан исключительно с намеренно организованными мероприятиями, которые проводятся по вполне определенному поводу или приурочены к конкретному событию. Сфера ивент-менеджмента не распространяется на случайные, спонтанные или внезапные мероприятия. Таким образом, событийный менеджмент включает в себя все действия и меры, которые предусматриваются при планировании, организации, контроле и управлении проектом или событием, чтобы проводимое мероприятие стало исключительным событием. Это достигается не только за счет оригинальности идеи, но и за счет донесения ее до целевой аудитории, а также способа ее подачи и представления. Ключевые аспекты event-менеджмента представлены на рисунке. Бюджет мероприятия должен включать в себя расходы на само мероприятие и дополнительные организационные мероприятия, например, интервью для прессы, телеэфиры, пресс-конференции и т.п. Следует отметить, что желаемый эффект от мероприятия не должен быть ниже возможных затрат на его осуществление. План-график должен быть составлен

таким образом, чтобы исключить все спорные моменты в отношении сроков проведения самого события и всех подготовительных этапов. Вопросы кадрового обеспечения крайне важны в технологии event-менеджмента, так как именно за счет правильно подобранных людей, включая необходимое количество артистов, технических специалистов, охранников, промоутеров и т.д., мероприятие превращается в событие. В рамках этого управление организацией каждого конкретного события должно предусматривать и доставку оборудования, подготовку площадки, проведение переговоров с подрядчиками, причем эти вопросы должны быть проработаны до того, как механизм подготовки к проведению мероприятия придет в действие. Вопросы финансирования должны учитывать за счет каких средств будет организовываться мероприятие, возможно ли привлечение спонсоров, каков будет порядок финансирования и т.п. Наконец, коммуникативные аспекты, включая PR планируемого события и освещение его в СМИ, призваны обеспечить необходимый отклик и общественный резонанс. Поэтому в рамках event-менеджмента организация мероприятия должна включать и четкую программу, в которой регламентируется планируемый коммуникационный, информационный и общественный эффект от проведения данного события. Технология event-менеджмента При сбалансированном учете указанных аспектов особые мероприятия результативны практически во всех случаях, основные отличия сводятся к размеру приглашаемой аудитории и масштабам акции. Вместе с тем, в рамках ивент-менеджмента мероприятия разрабатываются в одном из трех вариантов: Концепция планируемого события разрабатывается специалистами-организаторами, которые исходят из какой-либо творческой идеи. Концепция планируемого события формируется под конкретного заказчика, который путем проведения данного мероприятия планирует достичь и реализовать какие-либо собственные цели, стоящие перед ним в данный момент времени. Концепция события прорабатывается заказчиком проведения мероприятия самостоятельно, а затем он ищет подрядчика или подрядчиков для его проведения. В первом случае, организаторы прогнозируют, кого они могут привлечь к проведению данного события, ищут спонсоров для финансирования проекта и т.д. Следует отметить, что в современных условиях сложно представить крупные мероприятия, которые проводятся организаторами исключительно в целях развлечь аудиторию, поднять какие-то социальные проблемы или просто соответствовать интересам (хобби) какого-либо сегмента населения. Исключения составляют события, которые организуют государственные органы или крупные глобальные структуры. Второй вариант предполагает, что основной спонсор мероприятия лично заинтересован в организации события, поэтому его доля в финансировании данного проекта составляет полную стоимость либо является мажоритарной. В этой связи можно говорить о целевых ориентациях заказчика проведения мероприятия, которые благодаря технологиям event-менеджмента превращаются в громкое событие. Третий вариант характерен для крупных компаний. Например, достаточно крупные федеральные корпорации объявляют тендер на проведение акции среди агентств, выбирая затем лучший из предложенных сценариев, такой вариант стал весьма распространенным благодаря совокупной эффективности организации события. Можно сделать следующий вывод: По своему содержанию событийный менеджмент представляет собой комплексную программу управления проектом реализации конкретного мероприятия. В соответствии с концепцией управления проектами, как и любой проект, любое событие, относящееся к сфере событийного менеджмента, имеет свое начало и логичное завершение. Управление проектами в ивент-менеджменте Управление проектом организации события начинается с "постановки целей, которые должно решать предстоящее событие, а завершается не столько даже самим событием, сколько подведением итогов – были ли достигнуты поставленные цели" [2]. В зависимости от поставленных целей выстраивается логистика, драматургия, сценография мероприятия. Затем нанимаются подрядчики, если в них есть необходимость и решаются все остальные управленческие, организационные, экономические, технические, финансовые, социальные и иные вопросы, имеющие прямое и косвенное отношение к проекту проведения данного события. Управление проектами в event-индустрии имеет специфические особенности, которые заключаются в необходимости

соблюдению баланса между возможностями в проведении мероприятия и превращением его в уникальное событие. Ивент-менеджмент должен исходить из того, что при наличии ограниченных ресурсов, временных рамок и требований к качеству проекта организации мероприятия необходимо реализовать его осуществление в соответствии с поставленными целями и интересами целевой аудитории. Организаторы мероприятий всегда ограничены сроками, стоимостью используемых ресурсов и требованиями к качеству проведения события, которое должно достичь целевой аудитории, отвечать ее интересам и актуальным тенденциям современного общества. В этой связи, эффективная реализация проекта проведения мероприятия позволяет достичь поставленных целей перед организаторами проекта, а применение эффективных приемов методологии управления проектами помогает регламентировать данный процесс. Это требует гораздо большей сосредоточенности на работе с индивидуальными решениями, субъективным восприятием и психологическими эффектами, нежели на экономике и организации производства и технических приемах. В этой связи в event-индустрии расширяется практика применения методологии управления проектами при организации и проведении мероприятий. В рамках ивент-менеджмента проект представляет собой организацию и проведение мероприятия в формате обособленной совокупности задач, связанных с достижением запланированной цели, которая обычно имеет уникальный и неповторяющийся характер. Планирование и разработка проектов событий в ивент-менеджменте. При подготовке к проведению мероприятия, технология ивент-менеджмента эффективно комбинируется с фазами управления проектами и концепцией проектного управленческого воздействия. В соответствии с этим, подготовка события, начинаясь с фаз исследования и разработки проекта, должна учитывать следующие факторы согласно технологии событийного менеджмента: Планы партнеров, участников, спонсоров мероприятия. Индивидуальные характеристики целей партнеров и спонсоров мероприятия, которые они планируют достичь по итогам проведения события. Оригинальность идеи, которая должна отличаться творческим подходом к ее воплощению на практике. Дистанционное отстраивание как от аналогичных событий в данной сфере, так и от концепций, визуально-смысловых характеристик и методов воплощения события на аналогичных мероприятиях, проводимых другими организаторами. Временные параметры события и сроки его реализации во взаимосвязи с проводимыми одновременно мероприятиями, целевой аудиторией, погодными условиями, социально-экономической обстановкой и т.п. Качественные и количественные характеристики человеческих, материальных, технических, финансовых, организационных и других ресурсов, которые имеются в наличии. На стадии исследования при подготовке к проведению мероприятия организаторы должны проработать каждый из указанных факторов. На стадии планирования события часто применяются методы мозгового штурма, метод "635" и иные аналогичные приемы генерации идей, способов решения стоящих перед организаторами события вопросов, что способствует получению максимально возможного числа творческих идей для решения отдельных задач при организации события. Для оценки востребованности планируемого мероприятия проводятся исследования методами фокус-групп, опросов и т.п., что позволяет получить достоверные сведения о том, будет данной событие интересно для целевой аудитории. "Планируя мероприятие, организаторы должны оценить не только ожидаемые действия от пришедшей аудитории, но и то, что эта аудитория в действительности будет делать во время мероприятия" [1]. На этапе разработки проекта необходимо проработать все аспекты, относящиеся к процессу проведения мероприятия. В частности, организаторы должны сделать так, чтобы каждый нашел на мероприятии свое место. Например, при планировании массового мероприятия, vip-персоны должны легко найти место для общения и отдыха, а молодежь – место для танцев и т.п. В соответствии с этим на этапе разработки проекта мероприятия организаторам необходимо проработать размещение идентификаторов самого события, отдельных зон на территории проведения, специальных обозначений и собственно программу запланированных действий. В качестве наиболее эффективных идентификаторов, в том числе и отдельных этапов события, могут служить высказывания

ведущих, конкурсы, музыка, элементы внешнего и внутреннего оформления, символика события, увеличенные макеты, видеоряд и другие их формы. Управление проектом проведения мероприятия в рамках event-менеджмента предполагает необходимость взаимодействия со СМИ. При этом, следует отметить, что даже если событие организуется единственной коммерческой структурой, лучше, чтобы информация и пресс-релизы поступали не от пресс-службы данной компании, а от организаторов мероприятия. Так повышается уровень доверия со стороны СМИ к планируемому мероприятию. Кроме того, если организаторами выступает рекламное или маркетинговое агентство, то, действуя в интересах заказчика, они используют свои связи для взаимодействия с медиаструктурами, проводят мониторинг и подготавливают отчеты о взаимодействии со СМИ. Основным стимулом для получения желаемого эффекта в СМИ служит само мероприятие, оно должно быть современным, ярким и интересным обществу, а также непосредственно целевой аудитории. В связи с этим, организаторы ориентируются на тенденции, отслеживают их и готовят для аудитории тот сюжет события, который они хотят видеть. В событийной сфере коммерческая сторона идеи всегда должна быть вторичной в понимании аудитории. Придание же мероприятию еще и социального характера обеспечивает дополнительный интерес со стороны журналистов. В данном случае пресс-конференции и организация интервью служат отличным дополнением к информационной среде планируемого события. Оценивая результаты организованного события, согласно концепции управления проектами, "event-менеджмент должен включать анализ позитивных и негативных отзывов в СМИ. В данном случае не может идти и речи о разбирательстве с журналистами, наоборот, имеет смысл встретиться с журналистом, с целью получения дополнительной информации и независимой оценки" [3]. На стадии реализации проекта event-менеджмент характеризуется тремя основными аспектами [1], которые показаны на рисунке. Отличительные черты реализации проекта в рамках ивент-менеджмента При проведении мероприятия, event-менеджмент предполагает использование не стандартных ходов, но главное не переусердствовать, иначе может возникнуть неверная реакция на предпринимаемые действия. Все действия должны основываться на достоверной информации. После окончания мероприятия, следует провести оценку организованного события. "Не существует единственного надежного и однозначно верного инструмента для оценки мероприятий в рамках event-менеджмента, поэтому следует использовать более одного метода анализа эффективности" [4]. В ивент-менеджменте следует ориентироваться на стратегические ориентиры в воздействии на мнения и взаимоотношения людей, которые значительно увеличивает вероятность достижения желаемых результатов. Наконец, оценка проведенного события должна учитывать его различное восприятие представителями даже относительно единой целевой аудитории. Поэтому оценивать эффект от организации мероприятия в событийной сфере следует сегментировать целевую аудиторию на внутренние подгруппы, которые необходимо оценивать с позиций достижения поставленных целей и решения задач, которые были определены перед началом реализации проекта.

Литература:  
Сондер М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы. – М.: Эксмо, 2010 Назимко А. Событийный маркетинг: Руководство для заказчиков и исполнителей. – М.: Вершина, 2010 Корсакова М.С. "Ивент-агентство "Альфа" на грани краха. Правила построения эффективной сервисной компании" – М.: Альпина Паблишер, 2012 Хальцбаур У., Йеттингер Э., Кнаузе Б., Мозер Р., Event-Менеджмент. М.: Эксмо, 2007.

Источник: Нестеров А.К. Ивент-менеджмент // Энциклопедия Нестеровых - <https://odiplom.ru/lab/ivent-menedzhment.html?ysclid=lh8wnvgkmc997758963>

*Источник: <https://odiplom.ru/lab/ivent-menedzhment.html?ysclid=lh8wnvgkmc997758963>*

#### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Контроллинг во время проведения мероприятия.
2. Контроль, документирование результатов, менеджмент жалоб и рисков, планирование на случай ЧП.



3. Концепция событийных мероприятий: классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия.
4. Креатив, бейчмаркинг и типы креативных идей в событийном
5. Креативные техники - мозговой штурм и морфологический метод.

## **1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

### **2. Тема лекционного занятия.**

#### **Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства**

#### **Тема 2.2. Экономические аспекты управления событийным мероприятием в индустрии туризма и гостеприимства**

##### **3. Цели занятия.**

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

##### **4. Структура лекционного занятия.**

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения   |
|-------|--|--|
| 1.    | Эффективность и эффекты экономического воздействия событийных мероприятий        | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2.    | Классификация форм проведения ивентов в целях оценки экономической эффективности | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

##### **5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.**

###### **Введение.**

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

###### **Текст лекции.**

Эффективность в общепринятом понимании означает получение какого-то определенного эффекта, т.е. действенность результата.

Экономическая эффективность - это процесс хозяйствования, результат которого выражается определенной выгодой, достигнутой при определенных затратах денежных, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы.

Экономическая эффективность туризма означает получение выигрыша (экономического эффекта):

- от организации туризма в масштабах государства;
- туристского обслуживания населения региона;
- производственно-обслуживающего процесса туристской фирмы.

Экономическая эффективность туризма является составным элементом общей эффективности общественного труда и выражается определенными критериями и показателями.

Под критерием следует понимать основное требование к оценке правильности решения поставленной задачи. Необходимость критерия возникает потому, что следует четко определить, с каких позиций подходить к расчету эффективности производственно-обслуживающего процесса туризма.

Эффективность любого событийного мероприятия рассматривается с нескольких точек зрения:

- 1) экономической;
- 2) экологической;
- 3) социальной.

Рассмотрим варианты оценки всех факторов влияния событийных мероприятий.

Согласно рис. 3.17, ивенты, помимо экономических эффектов, оказывают влияние на социальную сферу и экологию региона, в котором они проводятся. Учет именно вышеперечисленных трех факторов полностью соответствует концепции устойчивого развития.

Экономическая эффективность от проведенного событийного мероприятия для региона может быть оценена в зависимости от формата мероприятия. Рассмотрим основную классификацию форматов ивентов в целях оценки экономической эффективности (табл. 3.8).

Мероприятия со свободным входом проходят, как правило, на открытых площадках, где вход не ограничен. Оценка таких мероприятий представляется достаточно трудоемким процессом, вследствие необходимости подсчета количества участников «по головам».

Мероприятия с ограниченным входом предполагают проход участников через пункты пропуска по билетам или приглашительным. Подсчет участников на таком мероприятии осуществляется по количеству реализованных билетов.

Экономическое воздействие туризма - это изменение продаж, доходов, рабочих мест в связи с прямыми, косвенными тратами туристов в определенном регионе. В расчет не берутся траты людей, постоянно проживающих на данной территории.

Локальные расходы — это расходы всех участников мероприятия, в том числе местных жителей, включая стоимость входных билетов на мероприятие, в кино, на концерты, расходы на парковку, напитки, сувениры и др.

Экономическое воздействие событийного мероприятия - это оценка изменения экономической активности региона, вызванной туристами, прибывшими в регион в целях посещения событийного мероприятия. Данный показатель выражается в количестве туристов, посетивших регион в целях участия в событийном мероприятии; экономическом воздействии - количестве денежных средств, которые потратили туристы в связи с участием в событийном мероприятии; количестве вновь созданных рабочих мест, количестве налоговых отчислений. В расчет также берутся так называемые дифференциальные или увеличивающиеся расходы туристов, которые покидают свой населенный пункт в целях посещения событийного мероприятия, проходящего за пределами места их постоянного проживания. Дифференциальные расходы - это денежные средства, потраченные в связи с участием в событийном мероприятии. В противном случае, эти средства не были бы потрачены.



Рис. Комплексный подход к оценке событийных мероприятий, учитывающий принципы устойчивого развития

Главная цель оценки экономического воздействия туризма - измерить влияние отдельного событийного мероприятия на экономику.

Основной метод оценки экономического воздействия событийных мероприятий основан на спросе. Ключевой метод измерения спроса - это количество туристов и, как следствие, совокупность денежных средств, потраченных данными туристами в дестинации.

На рис. представлен механизм опроса туристов в ходе проведения ивента. Расходы туристов - посетителей ивента,

Таблица Классификация форм проведения ивентов в целях оценки экономической эффективности

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | Мероприятие со свободным входом   | Участие в мероприятии ограничено (по билетам)                                   |
| Оценка экономического воздействия туризма | Оценка экономического воздействия туризма на мероприятиях со свободным входом | Оценка экономического воздействия туризма на мероприятиях с ограниченным входом |
| Оценка локальных расходов                 | Оценка локальных расходов на мероприятиях со свободным входом                 | Оценка локальных расходов на мероприятиях с ограниченным входом                 |

рассчитанные с помощью данного механизма, отражают прямое влияние ивента на экономику. К сфере прямого влияния относятся гранты, спонсорские средства, а также региональные и федеральные субсидии на проведение ивента. Прямое влияние - результат вклада денег туристами в туристские предприятия, материальное обеспечение работников туризма и создание новых рабочих мест.

Оценка прямого экономического воздействия проведенного в регионе ивента связана с расчетом такого показателя, как рентабельность инвестиций (ROI). Данный показатель наглядно иллюстрирует уровень доходности или убыточности ивента, учитывая сумму государственных инвестиций, вложенных в проведение ивента. Рентабельность государственных инвестиций в проведение ивента рассчитывается по формуле

$$ROI = (GM - E) / E,$$

где  $GM$  - валовая прибыль, принесенная туристами в связи с посещением ивента;

$E$  - затраты государственных структур на проведение ивента.

Результат выражается в процентном отношении и характеризует финансово-экономические результаты проведения ивента. Для более наглядной оценки роли ивента было пред-



Рис. Методика исследования расходов туристов на событийном мероприятии ложено использовать валовую прибыль вместо выручки. Для получения исходных данных по валовой прибыли используется метод социологического опроса (рис. 3.18). Выборка составляет 200 человек на каждые 2000 участников<sup>[1]</sup>.

Таким образом, формула расчета валовой прибыли ивента выглядит следующим образом:

$$GM = TEa + TEd + TEs + TEe,$$

где  $GM$  - валовая прибыль;

$TEa$  - средние расходы туристов на проживание;

$TEd$  - средние расходы туристов на питание;

$TEs$  - средние расходы туристов на сувениры и аттракции;

$TEe$  - средние расходы туристов на экскурсии.

Рассчитаем средние расходы туристов на проживание во время посещения ивента:

$$TEa = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i \cdot m \cdot v,$$

где  $n$  - количество опрошенных туристов в ходе социологического исследования;

$x$  - сумма рублей, потраченная одним туристом на проживание;  $m$  - общее количество туристов, посетивших мероприятие;  $v$  - вероятность покупки той или иной услуги/товара в ходе участия в мероприятии.

Таким же способом рассчитываем средние расходы туристов на питание, сувениры, аттракции и экскурсии.

Определим вероятность покупки той или иной услуги/товара в ходе участия в мероприятии:

$$v = \frac{l}{n} 100\%,$$

где  $l$  - количество опрошенных туристов, которые воспользовались той или иной услугой/товаром.

Таким образом, авторы предлагают оценивать рентабельность инвестиций в проведении ивента по следующей модели:

$$ROI = \frac{(m \sum_{i=1}^n v \cdot c) - E}{E},$$

где  $c$  - средняя сумма затрат одного туриста.

При использовании данной формы расчета трат туристов на каждом проводимом в регионе ивенте представится возможным прогнозирование туристских расходов и, соответственно, планирование расходования бюджетных денежных средств на каждый из ивентов.

Кроме прямого влияния туристских расходов на ивенте, на развитие региона оказывается также косвенное влияние, называемое «эффектом мультипликатора», который проявляется по мере обращения туристских расходов. Но не все денежные средства, полученные организаторами, остаются в экономике региона. Та часть денежных средств, которая

расходуется на призовой фонд, налоги в вышестоящий уровень бюджета, импортированные товары и услуги, считается «утечкой денежных средств». Таким образом, ивенты, проводимые в регионе, более эффективны для экономики в том случае, если при организации привлекается больше местных поставщиков и производителей. И, следовательно, уменьшается утечка денежных средств. Механизм действия туристского мультипликатора в контексте событийного мероприятия изображен на рис. 3.19.

Проанализировав возможные пути утечки денежных средств, выделяем следующие способы повышения эффективности событийных мероприятий:

- • привлечение большего числа туристов в регион в целях посещения ивента;
- • привлечение грантов, спонсорских и других внешних финансовых источников для организации проведения ивента;
- • формирование «событийного турпакета», включая туристские услуги местных поставщиков и продавцов, препятствующие таким образом утечке денежных средств;
- • «растягивание» программы ивента на несколько дней, в целях стимулирования тем самым туристов дополнительно воспользоваться услугами размещения и питания в месте проведения ивента. Программа должна быть привлекательной и интересной. Обеспечение туристов информацией и доступными местами для размещения в средствах разной категории звездности;
- • привлечение местных жителей к популяризации ивента: жители могут приглашать своих знакомых и друзей из других городов приехать погостить и посетить ивент;



Рис. Механизм действия туристского мультипликатора в контексте оценки эффективности ивента

- • обеспечение должного уровня мерчандайзинга для стимулирования туристских трат на ивенте;
- • при организации и проведении ивента должны быть задействованы местные жители;
- • преимущество в организации и предоставлении сопутствующих ивенту услуг должно быть отдано местным организациям и фирмам;
- • создание в регионе целого ивент-комплекса - системы ивент-мероприятий, которые будут привлекать туристов в регион;
- • необходимо предусмотреть абсолютно все потребности туриста на ивенте (размещение, питание, развлечения, сувенирная продукция, топливо и проч.);
- • проведение необходимых исследований рынка для определения мест утечки денежных средств при проведении ивента.

Оценка социального влияния ивентов должна проводиться посредством социологического опроса местных жителей. В случае, если у жителей места проведения мероприятия ивент вызывает негативные эмоции, проведение ивента отвлекает их, нарушает обычный ритм жизни или наносит вред, - мероприятие обречено на провал. Мнение местных жителей должно учитываться в целях пересмотра миссии проведения ивента, стратегии и плана. Кроме того,

важной задачей организаторов ивента является заинтересовать местных жителей в участии, стимулировать положительное отношение к туристам. Опрос местных жителей, организаторов и местных предпринимателей должен проводиться по шкале от 5 до минус 5 баллов по каждому вопросу. Далее высчитывается средний показатель удовлетворенности местных жителей ивентом. В табл. приведен пример расчета такого показателя.

Таблица Распределение мнений местных жителей по вопросам влияния проведения ивента на социальную сферу

| № п/п | Показатель   | Средняя оценка |
|-------|--|----------------|
| 1     | Сплоченность местного населения, появление чувства патриотизма |                |
| 2     | Появление новых возможностей для отдыха и рекреации            |                |
| 3     | Повышение уровня жизни   |                |
| 4     | Формирование позитивного имиджа дестинации                     |                |
| 5     | Укрепление местных традиций и обычаев                          |                |
| 6     | Увеличение активности жителей                                  |                |

Получив среднюю оценку по каждому показателю, проводим подсчет общего коэффициента:

$$S = k_1 \cdot k_2 \cdot k_3 \cdot k_4 \cdot k_5 \cdot k_6 \cdot k_n,$$

где  $S$  - общий коэффициент влияния ивента на социальную сферу;

$k_1, \dots, k_n$  - показатель влияния ивента на социальную сферу.

При ежегодном проведении социологических опросов представится возможным отслеживание мнения местных жителей по вышеуказанным вопросам. Влияние изменения каждого из показателей в динамике можно представить посредством детерминированного факторного анализа.

Аналогичным способом, посредством опроса как местных жителей, так и компетентных организаций в области экологии, определяем экологический эффект от проведенного ивента (табл. ).

Таблица Распределение мнения местных жителей по вопросам влияния проведения ивента на окружающую среду

| № п/п | Показатель                                   | Средняя оценка |
|-------|--|----------------|
| 1     | Загрязнение окружающей среды                 |                |
| 2     | Увеличение потребления воды и электроэнергии |                |
| 3     | Повышение уровня шума                        |                |
| 4     | Нанесение вреда флоре и фауне                |                |

Вычисляем результирующий коэффициент по формуле

$$E = k_1 \cdot k_2 \cdot k_3 \cdot k_4 \cdot k_5 \cdot k_n,$$

где  $E$  - общий коэффициент влияния ивента на экологию места проведения ивента;

$k_1, \dots, k_n$  - показатель влияния ивента на экологию места проведения ивента.

Полученный коэффициент позволит рассчитать влияние каждого фактора на конечный результат посредством факторного анализа.

После оценки трех факторов влияния ивента (экономического, экологического и социального) составляем сводную таблицу по проведенному мероприятию (табл. ).

Таблица Сводная таблица показателей эффективности ивента

| № п/п | Показатель    | Значение показателя |
|-------|---------------|---------------------|
| 1     | Экономический |                     |
| 2     | Экологический |                     |
| 3     | Социальный    |                     |

Значение экономического показателя приводится в соответствии с размером денежных средств, потраченных туристами на мероприятия (по данным социологического опроса). Значение социального и экологических показателей приводится в соответствии с табл. Вышеописанный опрос должен проводиться на каждом мероприятии ежегодно. Полученные данные способствуют регулированию государственной политики в сфере туризма, а также помогут скорректировать планы проведения ивентов, учтут мнение местных жителей, что является очень важным компонентом.

Таким образом, комплексная оценка событийных мероприятий области (КОСМО) ставит своей целью расчет только прямого воздействия событийного туризма на регион. Говорить о расчете мультипликативного эффекта на данный момент преждевременно, так как для этого необходимо наладить качественный статистический учет и разработать необходимые экономические модели. На рис. 3.20 представлены компоненты КОСМО.

Предложенный подход к оценке событийных мероприятий является первым в регионе комплексным методом оценки со-

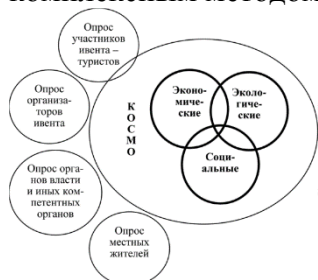


Рис. Компоненты КОСМО

событийных мероприятий в регионе. Будучи одним из приоритетных направлений в регионе, событийный туризм требует пристального внимания и изучения, так как в России данному виду уделяется очень мало внимания.

Немаловажным является организация постоянного комплексного учета данных о влиянии и эффектах событийных мероприятий. Только в этом случае представится возможным оценка ивентов с точки зрения экономических, социальных и иных эффектов, а также прогнозирование его развития на несколько лет вперед.

*Источник:*

[https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka\\_ekonomicheskogo\\_vozdeystviya\\_sobytiynyh\\_meropriyatiy\\_ekonomiku\\_regiona?ysclid=lh8xn9qkpu602268997](https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiynyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=lh8xn9qkpu602268997)

#### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Маркетинг в менеджменте событийных мероприятий (event- менеджменте): маркетинг-микс, т.е. система 5P (product=people, price, place, promotion, prediction).
2. Менеджмент событийных мероприятий как проект: фазы проекта, виды деятельности в менеджменте, управление рисками, цель и прибыль.
3. Обеспечение экологичности событийного мероприятия.
4. Области использования событийных мероприятий.

### **1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

#### **2. Тема лекционного занятия.**

#### **Раздел 3. Событийный маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства**

#### **Тема 3.1. Методы креатива в event-маркетинге**

#### **3. Цели занятия.**

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.

- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

#### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                                      | Методы и средства обучения   |
|-------|--|--|
| 1.    | Event-маркетинг. Виды event-компаний                     | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2.    | Бенчмаркинг в создании концепций специальных мероприятий | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

##### 1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Методы креатива в event-маркетинге

Текст лекции.

По-настоящему креативные разработки в event-маркетинге встречаются пока не так часто. Причин этому несколько.

**1. Сложность организационной части мероприятия заставляет многих event-менеджеров концентрироваться именно на этом.** Интерес к креативной составляющей наблюдается либо у опытных ивенторов, либо у новичков, для которых реализация собственных идей не всегда оказывается по силам.

**2. Праздник ритуален по своей сути.** Ритуал – это повторяющееся действие. Вот почему частные вечеринки, свадьбы и корпоративные события часто не выходят за рамки привычного праздничного стереотипа.

**3. Низкие бюджеты мероприятий позволяют реализовать далеко не все креативные идеи.** Это не смотря на то, что креатив часто рассматривается как раз как компенсация низкого бюджета проектов.

**4. Технологии рекламного креатива не адаптированы под задачи event-маркетинга.** Если большинство рекламных агентств уже имеют привычные методики работы, которым обучаются новые сотрудники независимо от характера их образовательной подготовки, то ивенторов не обучают нигде. Приходя в эту профессию из разных областей они часто оказываются недостаточно подготовлены.

***Событие предполагает креатив. Это отделяет его от мероприятия.***

Методов креатива много. Разные методы могут приводить к близким результатам. Какой метод удобен для Вас? Узнать можно, только попробовав.

**Кейс: компания Caterpillar. Методы решения** Краткая информация. История торговой марки Caterpillar® начинается ещё в конце XIX века, когда Бенжамин Холт и Дэниел Бест



провели эксперименты с различными типами паровых тракторов. В 1925 г. в результате слияния возглавляемых ими компаний была создана компания Caterpillar Tractor Co. Постепенно развиваясь, компания значительно расширила ассортимент выпускаемой продукции и в 1986г. Caterpillar Tractor Co. переименовалась в Caterpillar Inc. За годы своего развития компания превратилась в одного из мировых лидеров по производству строительного и горного оборудования, дизельных, газовых двигателей и турбин, а также тракторов, бульдозеров, экскаваторов и не только. В 2004 году объем продаж Caterpillar Inc. достиг 30,25 миллиарда долларов США, а по итогам 2005 г. её доходы поднялись ещё на 22%. Примерно половина всего объема продаж приходится на клиентов за пределами США, что способствует сохранению позиции Caterpillar, как поставщика мирового масштаба и ведущего экспортера США.

Caterpillar Inc выпускает более 300 наименований изделий, которые продаются более чем в 200 странах мира. Штаб-квартира корпорации находится в Peoria, Illinois, USA. Требования к прочности, надежности и долгосрочной службе, которые компания предъявляет к своим машинам и оборудованию относятся также и к другим товарам, носящим торговую марку Caterpillar® , речь идет, в том числе и об одежде, обуви, сумках, чемоданах, рюкзаках и прочих изделиях. Всю кожгалантерейную продукцию можно разделить на 3 группы: 1) основные коллекции (которые запускаются на несколько лет, но ежегодно появляются новые модели и цвета); 2) сезонные коллекции (которые появляются только на один сезон, т.е. весна/лето и осень/зима); 3) аксессуары - ремни (кожаные / хлопчатобумажные / прорезиненные) и кошельки (кожаные/хлопчатобумажные).

Итак, вот базовые параметры бренда Caterpillar, о которых нужно помнить:

- антигламур;
- утилитарность;
- рабочая эстетика.

Задание: Придумайте 5 идей для презентации новой коллекции одежды марки Caterpillar. Рассмотрим методы, которые помогут выполнить задания к кейсу.

#### **Метод мозгового штурма:**

- версии не критикуются;
- время ограничено;
- критика после мозгового штурма.

В ходе мозгового штурма поступило предложение: сделать показ новой коллекции Caterpillar в космическом стиле (Будущее/космические колонисты признают только Caterpillar ). Отнесите к этой идее с позиций каждой из «шести шляп».

#### **Метод шести шляп:**

- белая – беспристрастный анализ цифр и фактов;
- черная – негатив;
- желтая – позитив;
- зеленая – креативные идеи;
- красная – эмоциональные реакции;
- синяя – подведение итогов.

Преимущества метода шести шляп: оптимизирует ролевые позиции, рекомендуется авторитарным руководителям. Недостатки метода шести шляп: сложность внедрения технологии из-за необычности формы. Не генерируем идеи, а принимаем решения, адресуясь к уже готовым предложениям. Можно применять технологию «Шесть шляп» сразу после мозгового штурма, рассматривая по очереди несколько предложений.

#### **Метод ментальных карт**

Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Главная задача визуализации – показать графически те предметы, явления и взаимосвязи, которые трудно описать мысленно или представить в виде текстовой информации. Визуальный язык мышления может использовать простые графические формы, а также диаграммы, графики, структурные схемы и др. Один из приемов визуализации задачи – ментальные карты (карты памяти, карты ума).

Ментальные карты это техника записи и структурирования информации. Эта техника может применяться для генерации фантазии, поиска новых идей и их фиксации, анализа и структуризации информации, поддержки принятия решений и т.д.



В технике ментальных карт традиционная линейная система записи информации (текст с заголовками, списки, таблицы и схемы) заменена интуитивно понятной радиальной системой (главная тема помещается в центре листа, записываются только ключевые слова, которые помещаются на ветвях, расходящихся от центральной темы).



Рисунок 1 – Радиальная (кустообразная) структура ментальной карты

Формы ментальных карт: кустообразная структура, с разрастанием ветвей от центрального понятия. От основного понятия вырисовываются ветки, на которых записываются связанные понятия, свойства и т.д. Все надписи должны состоять из одного или двух слов. Каждая ветка в последующем может делиться на несколько веток, связанных с развитием этих понятий, детализацией свойств и т.д.

Преимущества: простота формы, «раскачивает» сознание креативщика, хорошая разминка. Недостатки: ассоциация – предпосылка создания идеи, а не сама идея; неясно, кому принадлежит ассоциация – целевой аудитории или самому креативщику.

#### Другие методы

**Метод поиска противоположностей.** Прямые и противоположные ассоциации синтезируются в идее специального мероприятия. Преимущества: гармония и контраст порождают красоту; это интересный стилистический и маркетинговый прием. Недостатки: сложность мыслительной операции; предпосылки, а не идея.

#### Метод морфологического анализа:

1. Разложить объект на компоненты.
2. Изменить один или несколько элементов.
3. Собрать эти элементы заново.

Преимущества: простота формы, эффективность. Недостатки: а есть ли объект, который можно разложить на составляющие?

#### Организованный инсайт. Сущность метода:

1. Ответ уже есть в вашем сознании.
2. Информационная среда бренда ускорит поиск решения.

Преимущества: обеспечивает включенность креативщика в смысловое и стилистическое пространство бренда. Недостатки: а вдруг у моря не будет погоды?

**Бенчмаркинг в создании концепций специальных мероприятий.** «Креатив» – модное слово, «творчество» – подзабытое. Творчеством часто в узком смысле именуют любой вид

художественной деятельности. Креатив обычно относят к сфере рекламы и связей с общественностью. Между креативом и творчеством проходит чёткая демаркационная линия, которая разделяет мир на два лагеря – лагерь креаторов и лагерь творцов. Каждая из этих ролей отражает определённый взгляд на мир, профессиональный подход и стратегию поведения. Итак, рассмотрим каждый из двух видов.

**1. Творец** – всегда думает, что создаёт нечто принципиально новое и уникальное. Он не признаёт или не замечает объективные источники творчества. Творец порой думает, будто воплощает чаяния самого Бога. В эпоху неразвитых промышленных технологий, задолго до появления конвейера уникальность результатов творчества действительно была несомненной. Сегодня, в мире массового производства и информационных технологий люди от искусства продолжают пребывать в ореоле мифологизированного творчества. И хоть выглядит это всё более забавно, многие представители массовой аудитории всё ещё верят в сакральность образа художника, писателя или артиста.

**2. Креатор.** Появление креатива и креаторов – явление массового общества. Когда произведения искусства стало легко тиражировать, творчество превратилось в подрисовывание усов Джоконде. Этот вид творчества стали называть креативом. Чтобы понравиться массовой аудитории приходится следовать накатанной схеме, использовать клише и стереотипы, апеллировать к уже известному, привнося в него элемент новизны. Источники творчества креатора не окутаны тайной, они предельно ясны и очевидны для него самого. Креатор не создаёт чего-то принципиально нового и не стремится к этому. Он вообще может не верить в принципиальную новизну чего-либо. Победа Креатора – придумать что-то свежее и интересное. Пусть это не сотрясает основы мироздания, но реально может привлечь целевые аудитории.

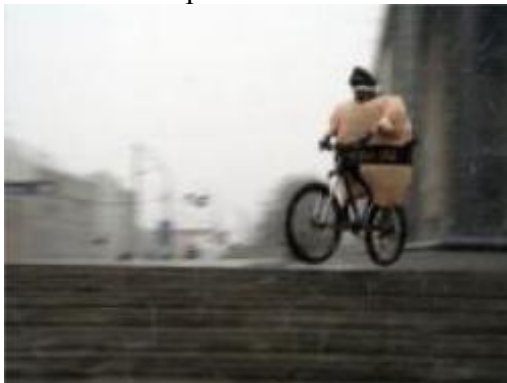
Итак, придумывая креативное решение, мы не должны себе отказывать в наличии первоосновы. Снимать кальки с готовых решений уже не считается постыдным. Тем более, что первоисточник может быть весьма далёк и от вашего бренда, и от вашей индустрии. Поиску шаблонов креативных решений посвящена технология бенчмаркинга.

**Применение метода бенчмаркинга.** Бенчмаркинг – это снятие кальки с готового решения. Хрестоматийный пример. У вас ресторан быстрого питания. Вы испытываете проблемы с логистикой. Далее вы обращаете внимание на абсолютно другую индустрию, где имеют место схожие технические и организационные задачи. Это индустрия авиаперевозок. Самолёт пребывает в аэропорт. Его быстро заряжают всем необходимым, в том числе и питанием для пассажиров. Вы подробно изучаете вопрос и проецируете найденные в авиаперевозках решения на ситуацию ресторана быстрого питания. Когда ответ на мучавший вопрос найден, никого не интересует первоисточник. Фактически это легальное и вполне уважаемое благодаря сложности интеллектуальной задачи пиратство .

В event-индустрии всё ещё проще. Я проанализировал сотни проектов специальных мероприятий и нашёл всего несколько типов креативных решений. Рассмотрим их.

**Наиболее распространённые типы креативных идей в event-маркетинге:**

**1. Нестандартный объект в привычном пространстве.** Пример. Промо-акция пива «Кирин» – бочка пива разъезжает на велосипеде.



**2. Прямая ассоциация.** Пример. Брифинг в честь открытия ипотечного отделения Дельта-банка. Автор проекта — Инна Алексеева. «Домашнее» открытие ипотечного центра банка DeltaCredit в Москве. Цель – показать журналистам новый офис, озвучить цифры за полугодие, а главное – продемонстрировать, что менеджеры банка действительно открыты для общения, что они не сухие топы в костюмах, а такие же живые и простые люди, как и все мы. Для открытия был выбран вторник (пожалуй, один из наиболее удачных дней недели для всяких пресс-проектов). Топы надели халаты и тапки (корпоративных цветов), журналисты на входе снимали обувь и обувались в такие же тапочки (потом они получили их в подарок). Бейджи были, но неформальными: «Хозяйка дома», «Теща», «Самый главный» и пр. В офисе поставили не столы и подиум, а диваны, журнальный столик, стулья (все сидели вместе, не было традиционного разделения на «говорящие головы» и публику). На подоконниках – комнатные цветы (13 горшочков) и книги (самые разные!). По офису туда- сюда бегали две **кошки** (вице-президент банка привезла своих). Звучала музыка – диск песен, основная тема которых – дом («Главней всего – погода в доме...», «В нашем доме поселился замечательный сосед», «Под крышей дома моего» и пр.)».

**3. Гротеск.** Пример: агентство Алексея Свистунова «Пари». Рекорды Гиннеса. Профильная компания. Учредители Российской книги рекордов Гиннеса. Сделали на рекордах отдельный бизнес. Часто к установлению рекорда бывает приурочено специальное мероприятие. Наливать шампанское при помощи строительной техники.

**4. Выделение аспекта повседневности.** Пример: промо-акция журнала «Самая». Большая группа девушек-промоутеров заходила в вагон метро и начинала читать журнал «Самая». Такого совпадения пассажиры не заметить не могли. Единственная недоработка – промо-девушки явно не отражали средневозрастной портрет целевой аудитории журнала.

**5. Объединение культурных практик.** Пример: школа иностранных языков Mr. English. Две практики: обучение + театрализованное шоу. Администрации школы удалось сделать из этого проекта самодостаточное направление бизнеса. Проводят кастинги, организуют группы и устраивают показ уже не первого мюзикла.

**6. Событийный потенциал бренда.** Пример: Салон карет Сергея Пупынина. Стать спонсором соревнования по упряжной езде – была судьба салона. Многие бренды содержат в себе этот событийный потенциал и тогда информационный повод долго придумывать не приходится.

**Кейс: компания «МегаТрон».** Пример: «МегаВидение», компания «МегаТрон». Приведем высказывания специалиста по внутрикорпоративным коммуникациям компании «МегаТрон» Евгении Пешковой: «В нашей Компании традиционно все летние мероприятия интерактивные. 2 года назад мы пробовали себя в роли театральных актеров, в прошлом году снимали кино, а в этом приняли решение сделать музыкальный конкурс, т.к. многие сотрудники очень любят петь, что доказывает огромная популярность караоке на каждом празднике. Естественно цель каждого интерактивного мероприятия – это командообразование и сплочение коллектива. И, конечно же, цель любого нашего мероприятия – это повышение лояльности сотрудников к своей Компании.

Конкурс «МегаВидение» задумывался как корпоративный вариант «Евровидения», что и было воплощено в жизнь.

#### Подготовка.

Мы отобрали 10 коллективов сотрудников, представляющих разные департаменты и региональные дирекции, которым предстояло бороться за главный приз конкурса – серебряный микрофон (из настоящего серебра, отлитый специально для конкурса).

Каждый коллектив выбрал песню для исполнения.

Тексты выбранных песен были переделаны либо самими исполнителями, либо специально приглашенным поэтом-песенником. Новые тексты были посвящены компании, юбилею, работе (по специфике департамента), известным в компании личностям и пр.

Далее каждый коллектив записал свою песню на профессиональной студии (фонограмму «+»). Поставил совместно с профессиональными режиссером и хореографом концертный номер.

Так же у каждой муз группы была своя пресс-служба, которая состояла из сотрудников департамента, к которому принадлежала группа и занималась PR-ом своих коллег перед праздником и непосредственно на нём. Инструменты PR, которые применяли пресс- службы, ограничивались только их фантазией. Пример PR одной из муз групп: <http://vulkanstrastey.narod.ru/>

Все новости по подготовке групп к конкурсу освещались в корпоративных СМИ компании. К моменту отъезда в Турцию интерес к конкурсу достиг своего пика – все группы ежедневно репетировали и готовили костюмы, пресс-службы разрабатывали PR- стратегии, компания с нетерпением ждала гала-концерта.

Первый день конкурса. К первому вечеру пресс-служба каждой группы должна была подготовить презентацию своего музыкального коллектива, участника конкурса. Представление конкурсанта могло выглядеть как песня, стихи, сценка, презентация в Power Point и пр., но по условиям сам коллектив не имел права появляться в это день на сцене. После представления участников Генеральный директор компании провел жеребьевку, которая определила последовательность выступления конкурсантов на гала-концерте во второй (основной) день конкурса.

Второй (основной) день конкурса. Днем состоялись репетиции всех коллективов и генеральная репетиция шоу с режиссером. Во второй вечер состоялся гала-концерт конкурсантов в порядке определенном накануне. После концерта прошло независимое голосование (по столикам) и был определен победитель конкурса. В завершение ТОП-менеджеры, включая Президента и Генерального директора компании, пели заранее записанную и отрепетированную финальную песню. На экраны на сцене был пущен караоке вариант песни, чтобы все сотрудники могли подпевать директорам.

После мероприятия.

Был выпущен фирменный диск с песнями конкурсантов, который до сих пор занимает почетное место в домашней музыкальной коллекции многих сотрудников».

*Источник: <https://studfile.net/preview/7808192/page:2/>*

### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Организация обслуживания своими силами и с привлечением сторонних организаций, составление договора.
2. Организация общественного питания и логистика товаров.
3. Организация приезда, ночевки, отъезда.
4. Планирование мероприятия: содержание планирования; моделирование процесса, принятие решений.

## **1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

### **2. Тема лекционного занятия.**

#### **Раздел 3. Событийный маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства**

#### **Тема 3.2. Инструменты событийного маркетинга и МICE-индустрия**

#### **3. Цели занятия.**

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
  - в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
  - овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.
4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения   |
|-------|--|--|
| 1.    | МІСЕ-индустрия: сущность, особенности и тенденции развития | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2.    | Технологии МІСЕ как ресурс информационной активности       | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

## 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

### Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

### Текст лекции.

МІСЕ-индустрия: сущность, особенности и тенденции развития.

В последние десять лет на российском рынке событийного маркетинга появились относительно новые виды мероприятий — МІСЕ.

Понятие МІСЕ-индустрии складывается из нескольких ключевых слов, образующих англоязычную аббревиатуру, которую формируют первые буквы слов: М — Meetings (встречи), I — Incentives (инсентив, или поощрительные поездки), С — Conferences (конференции), Е — Events/Exhibitions (события/выставки).

В России деятельность, относящаяся к МІСЕ, рассматривают в рамках делового туризма (Business Travel), поскольку она предполагает поездки участников МІСЕ-мероприятий с деловыми целями.

Понятие Business Travel, или «деловой туризм», — достаточно новое. Как о самостоятельном виде туризма, о нем заговорили в Европе и США в 70-80-е годы XX века. В мире деловой туризм считается одной из наиболее динамично развивающихся и высокорентабельных отраслей мировой экономики.

В специальной литературе выделяют следующие особенности МІСЕ:

#### 1. Мультиформат.

В одном выездном мероприятии сочетаются несколько ивент-событий (мастер-класс, гала-ужин и др.).

#### 2. Логистика + событие.

МІСЕ — это выездное мероприятие, для которого важна креативная составляющая. У участников должно остаться ощущение, что они побывали на событии, а не на скучном официальном мероприятии.

#### 3. Участники мероприятия находятся в состоянии «измененного сознания».

МІСЕ — это идеальный формат для знакомства и сплочения участников события. Когда люди куда-то выезжают, они расслаблены, поэтому их легче мотивировать и донести до них необходимую бизнес-информацию.

#### 4. Ограничения.

При подготовке мероприятия иностранных подрядчиков контролировать можно только удаленно, количество посещений места проведения события ограничено. Кроме этого, на проект можно брать только многофункциональных работников, а не всю рабочую группу.

Несмотря на то, что данный сегмент событийного маркетинга в нашей стране возник относительно недавно, тем не менее, уже можно выделить ряд тенденций развития отечественного рынка MICE-услуг:

— уменьшение количества заказов деловых встреч, так как фирмы их организуют собственными силами;

— повышение спроса на мероприятия, в которых органично идет совмещение развлечения, отдыха и обучения. Это обучающие программы, которые направлены на повышение лояльности сотрудников и развитие их новых навыков;

— увеличение количества заказов на мероприятия событийного маркетинга, имеющих целью продвижение бренда, продукции компании вместо традиционных праздников типа Нового года или юбилея фирмы;

— увеличение количества мероприятий, решение о проведении которых принимается за несколько дней до их реализации;

— увеличение спроса на повышение мотивации сотрудников компаний и развитие у них духа соперничества;

— увеличение мероприятий в регионах;

— высокая конкуренция среди компаний, оказывающих MICE-услуги, что снижает общий уровень цен на рынке и повышает качество их работы.

*Источник:*

[https://studme.org/416733/marketing/mice\\_industriya?ysclid=lh8xzurw2y807820758](https://studme.org/416733/marketing/mice_industriya?ysclid=lh8xzurw2y807820758)

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Подбор партнеров и персонала для специального события
2. Подбор персонала для событийного мероприятия.
3. Понятие событийного мероприятия, его основное содержание.
4. Правовые отношения в менеджменте событийных мероприятий.
5. Приглашение артистов и VIP-гостей. Райдеры и гонорары.

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

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

**ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

**1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В  
ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

**2. Тема практического (семинарского) занятия**

**Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики**

**Тема 1.1. Виды событий: принципы успеха**

**3. Цели занятия.**

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

**4. Структура практического (семинарского) занятия.**

| № п/п | Содержание (кратко) | Методы и средства обучения                        |
|-------|---------------------|---|
| 1.    |                     | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    |                     | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3.    |                     | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

**Введение.**

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

**Вопросы к обсуждению:**

1. Работа с информацией при разработке событийного мероприятия.
2. Работа с информацией. Этапы новостного менеджмента
3. Расчет величины залога.
4. Руководство сотрудниками: работа в команде, мотивация, коммуникация.



# 1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

## 2. Тема практического (семинарского) занятия

### Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики

#### Тема 1.2. Событие как проект

##### 3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

##### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко) | Методы и средства обучения                     |
|-------|---------------------|--|
| 1.    |                     | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 2.    |                     | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 3.    |                     | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |

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

Введение.

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

##### Вопросы к обсуждению:

1. Ассортимент продуктов и напитков, используемых при проведении событийного мероприятия.
2. Бюджет специального события. Прямые и накладные расходы.
3. Виды кейтеринга.
4. Вопросы ответственности: в случае отмены мероприятия, предварительной
5. Вспомогательные средства менеджмента событийных мероприятий: регистратор проекта, протоколы.

### ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

**Форма практического задания: Дискуссия**

**Перечень вопросов для обсуждения к темам раздела 1:**

1. Оценка влияния события.
2. Анализ результатов события.
3. Социально-экономические, политические, экономические результаты мероприятия (события).
4. Выставки. Тенденции выставочной индустрии в России. Как повысить эффективность

участия в выставке.

5. Коммуникативная компетентность экспонентов. Золотые правила общения на выставке.

6. ВТЛ-индустрия. Дефиниция понятия “ВТЛ коммуникации”. Контекст развития ВТЛ-инструментов.

7. Проектные характеристики маркетингового мероприятия. Наличие цели и измеримых результатов. Ограниченность времени. Ограниченность ресурсов. Обособленность от прочих замыслов. Оргструктура под проект.

8. Постановка целей. Требования к определению цели события. SMART-критерии. Возможные цели. Повышение узнаваемости. Паблсити. Продажи (выручка и прибыль). Расширение контактов. Обучение, командообразование.

9. Эмоциональная реакция участников. Методика «хочу-могу-буду». Проведение тендера. Ресурсы для объявления тендера.

### ***Методические рекомендации по подготовке к дискуссии***

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли 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 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 1: Форма рубежного контроля – Контрольная работа.**

Контрольная работа Задание 1 Отметьте какого типа выставок не существует: а) многопрофильные б) специализированные в) отраслевые г) межотраслевые

Задание 2 Заполните пробелы в высказывании « MICE – это область \_\_\_\_ туризма, связанная с проведением \_\_\_\_ мероприятий»: а) делового туризма / корпоративных мероприятий б) событийного туризма / корпоративных мероприятий в) событийного туризма / специальных мероприятий г) активного туризма / специальных мероприятий

Контрольная работа Задание 1 Правило «семи Н» - обеспечение нашего потребителя нужном ему товаром в необходимом количестве с необходимым качеством в нужном месте в

нужное время с наилучшими затратами относится к: а) событийному маркетингу б) событийному менеджменту в) сервисной логистике

Задание 2 Игровой кейс: «Форум «Евростар». Вопросы для обсуждения: Доходы и расходы. Оптимизация расходов; Примеры расчетов бюджета мероприятия; Контроль результатов и затрат на разработку и реализацию проекта; Гонорар eventагентства

*Методические рекомендации по подготовке к тестированию см в разделе 2*

## ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

### 1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

#### 2. Тема практического (семинарского) занятия -

#### Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства

#### Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием

#### 3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

#### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко) | Методы и средства обучения                        |
|-------|---------------------|---|
| 1.    |                     | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    |                     | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

##### Введение.

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

#### Вопросы к обсуждению:

1. Современные тенденции выставочной индустрии
2. Стратегические факторы, влияющие на успешное проведение мероприятия
3. Сущность и отличительные признаки специального события
4. Сущность контроллинга в менеджменте событийных мероприятий.
5. Сущность событийного мероприятия, его характеристики.

### 1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

#### 2. Тема практического (семинарского) занятия -

#### Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства

#### Тема 2.2. Экономические аспекты управления событийным мероприятием в индустрии туризма и гостеприимства

#### 3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

#### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко) | Методы и средства обучения                        |
|-------|---------------------|---|
| 1.    |                     | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    |                     | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3.    |                     | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

Введение.

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

#### Вопросы к обсуждению:

1. Сферы планирования мероприятий - служебная, общественная, частная.
2. Текущие тренды в событийном менеджменте и событийном туризме.
3. Техники принятия решений: метод практической ценности и таблица решений.
4. Финансовые риски, эксплуатационные риски, правовые риски. Страхование.

## ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

### Форма практического задания: дискуссия

#### Перечень тем дискуссии к темам раздела 2:

1. Основы событийного менеджмента. 2. Роль стратегии в событийном менеджменте. 3. Цели и задачи мероприятия. 1. Подготовка мероприятия. Первичные и вторичные исследования. 2. Планирование мероприятия. Планирование ресурсов и распределение работ. 3. Работа с подрядчиками. Бронирование зала. Заполняемость и способы рассадки. 1. Управление мероприятием. Организационный аспект. 2. Типовая структура оперативного штаба управления. 3. Этапы новостного менеджмента. Фрейминг. Современные информационные технологии в событийном менеджменте (профессиональные интернет-каталоги, сервисы тайм-трекинга, групповой работы, управления электронной почтой, проведения вебинаров и видеоконференций, Интернет- трансляции, QRкоды, рассылки приглашений и продажи билетов. продвижения онлайн события, создания мультимедийных презентаций, онлайн планировщики, мобильные приложения (Eventum), event-виджеты к блогам) и мероприятия. 1. Техническое обеспечение мероприятия. Свет и звук. 2. Проекционная техника, аудио и видеосъемка. Неэлектрические устройства. 3. Как работать с техническими подрядчиками. 1.

Финансовое управление мероприятием. Факторы, влияющие на бюджет. 2. Формирование цены на услуги событийного менеджмента. Гонорар event-агентства. Расходы и доходы. Пути снижения расходов. 3. Тренды в событийном менеджменте. Социальные тренды и влияние на событие. Сценарий, оформление пространства, подарки.

### ***Методические рекомендации по подготовке к дискуссии***

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли 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 больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Контрольная работа.**

Контрольная работа Задание 1 Как называются мероприятия для партнеров, клиентов, дилеров и дистрибьюторов: а) Trade events б) Special events в) Corporate events

Задание 2 Подготовиться и принять участие в дискуссии по следующим проблемам: Формулирование целей и задач мероприятия для его участников; Время и темп исполнения; Планирование ресурсов и распределение работ; Планирование хода мероприятия и оперативного управления; Примеры составления проектных документов (check-list, монтажный лист, сценарный план, detailed plan)

Контрольная работа Задание 1 Для рынка МТСЕ-индустрии свойственно: а) преимущество покупателей перед поставщиком б) преимущество поставщика перед покупателем в) отсутствие преимущества покупателя перед поставщиком и поставщика перед покупателем

Задание 2 Подобрать необходимую информацию и принять участие в подготовке и обсуждении проекта «Развитие eventтуризма на территории Московской области». Вопросы для обсуждения: Создание концепции мероприятия; Генерирование идей, брейнсторм, определение темы, сюжета мероприятия; Проведение реального брейнсторма, подведение итогов - документирование идей

*Методические рекомендации см в разделе 2*

## ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

### 1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

#### 2. Тема практического (семинарского) занятия -

#### Раздел 3. Событийный маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства

#### Тема 3.1. Методы креатива в event-маркетинге

##### 3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

##### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения                        |
|-------|--|---|
| 1.    | Типы рыночных структур.  | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Влияние совершенной конкуренции и монополии на принятие решений менеджерами. | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>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. МІСЕ индустрия: понятие, цели, тенденции
2. Планирование маркетинга.
3. Этапы планирования событийного мероприятия.
4. Этапы планирования специального события
5. Структурный план проекта.

### 1. Учебная дисциплина. СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

#### 2. Тема практического (семинарского) занятия -

#### Раздел 3. Событийный маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства

#### Тема 3.2. Инструменты событийного маркетинга и МІСЕ-индустрия

##### 3. Цели занятия.



- в формировании у обучающихся умений применять существующие теории и подходы к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации.
- в формировании у обучающихся умений решать научно-исследовательские и практические задачи, связанные с принятием стратегических решений при разработке концепции события.
- овладении обучающимися навыками поиска и анализа профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

#### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)  | Методы и средства обучения                        |
|-------|--|---|
| 1.    | Отличительные особенности монополистической конкуренции.   | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Ценообразование на олигополистическом рынке                | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3.    | Решение о ценах и объеме производства на монопольном рынке | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

Введение.

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

#### Вопросы к обсуждению:

1. Финансовые, эксплуатационные и правовые риски специального события. Страхование.
2. Проект-менеджмент: треугольник проекта - результат, ресурсы, сроки.
3. Планирование проекта: планирование времени, ресурсов, затрат и персонала.
4. План маркетинговых мероприятий

### ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

**Форма практического задания: дискуссия**

**Перечень тем дискуссии к темам раздела 3:**

1. Event-маркетинг: близкие категории. Понятие событийный маркетинг.
2. Событие в event-маркетинге.
3. Event-маркетинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Интеграция внутренней и внешней маркетинговой среды. 4. Событие» предполагает креатив. Это отделяет его от «мероприятия».
5. Бенчмаркинг в создании концепций специальных мероприятий.
6. Шаблон – залог креативности? Применение метода бенчмаркинга.
7. Технологии событийного маркетинга.
8. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга.
9. Достоинства применения инструментов событийного маркетинга.

*Методические рекомендации по подготовке к дискуссии*

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли 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 больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – Контрольная работа и кейс-задание.**

#### **Контрольная работа**

Задание 1 Какое определение наиболее некорректно характеризует понятие «event-стратегия»: а) стратегия реализации специального события б) система мероприятий и событий, объединенных общей концепцией, целями и задачами в) инструмент коммуникации с сотрудниками, клиентами и партнерами

Задание 2 Как называются специальные события, «упакованные» в развлекательную программу для достижения более высокой активности и восприимчивости аудитории: а) рабочие б) информативные в) развлекательные

#### **Контрольная работа**

Задание 1 Что нельзя отнести к критериям оценки эффективности реализации event-мероприятия: а) оригинальность идеи проекта и ее реализации б) привлечение известных людей для подготовки сценария в) качество материально-технического обеспечения

Задание 2 Кейс-задание Игровой кейс: «Международный книжный фестиваль». Вопросы для обсуждения: Факторы влияния на бюджет мероприятия; Доходы и расходы. Оптимизация расходов; Примеры расчетов бюджета мероприятия; Формирование цены услуг в области eventменеджмента; Гонорар event-агентства

#### ***Методические рекомендации по подготовке см в разделе 2***

**Приложение № 3 к методическим материалам  
по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные  
пособия по дисциплине (модулю)**

**Раздел 1. Теоретические аспекты событийных мероприятий в экономики**

**Тема 1.1. Виды событий: принципы успеха**

**Иллюстрации:**

Сколько критериев классификации - столько и видов событий.

| Критерий классификации | Виды событий | Формы событий                               |
|------------------------|--------------|---|
| По маркетинговой среде | Внешние      | Промо-акции, пресс- конференции и др.       |
|                        | Внутренние   | Корпоративные события, тренинги, интенсивы. |

| Критерий классификации      | Виды событий  | Формы событий   |
|-----------------------------|---------------|---|
| По типу маркетинговой среды | Политические  | Митинг, демонстрация, встреча с избирателями, дебаты, государственный праздник, инаугурация и т. д. |
|                             | Корпоративные | Корпоративная вечеринка, тренинг, презентация продукции, выставка, промоакция и т.д.                |
|                             | Социальные    | Фандрайзинговая акция, благотворительный концерт и т. д.  |
|                             | Культурные    | Концерт, фестиваль, выставка, перформанс и т. д.  |
|                             | Научные       | Конференция, семинар, выставка научно-технических достижений  |
|                             | Спортивные    | Спортивное соревнование, показательные выступления, спортивные сборы                                |

| Критерий классификации                 | Виды событий | Формы событий |
|--|--------------|---------------|
| По характеру взаимодействия участников | Формальные   | Любые формы   |
|  | Неформальные |               |

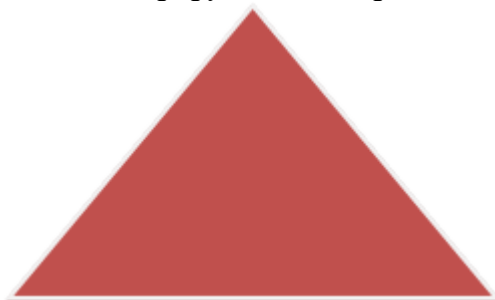
| Критерий классификации         | Виды событий    | Формы событий   |
|--------------------------------|-----------------|---|
| По масштабам целевой аудитории | Международные   | Саммит, конференция, спортивное соревнование и т. д.                                  |
|                                | Государственные | Официальный праздник, инаугурация и т. д.   |
|                                | Корпоративные   | Корпоративная вечеринка, тренинг, презентация продукции, выставка, промоакция и т. д. |
|                                | Микрособытия    | Деловая встреча, романтическое свидание, «закономерная случайность», розыгрыш ит. д.  |

| Критерий классификации   | Виды событий                                    | Формы событий   |
|--------------------------|---|---|
| По маркетинговым задачам | Закрепляющие достигнутое                        | Отчетная конференция, корпоративное мероприятие, завершающее длительный цикл деятельности и т. д. |
|                          | Направленные на кардинальное изменение ситуации | Ребрендинг, презентация нового продукта и т. д.   |

Источник: [https://bstudy.net/788767/ekonomika/vidy\\_formy\\_sobytyi#889](https://bstudy.net/788767/ekonomika/vidy_formy_sobytyi#889)

**Тема 1.2. Событие как проект**  
**Иллюстрации:**

*Результат: ход мероприятия концентрируется на коротком отрезке времени*



*Ресурсы: персонал для Сроки проведения мероприятия планирования и подготовки устанавливаются заблаговременно*

Рисунок. 2– Магический треугольник проекта событийного мероприятия  
 Источник: <https://studfile.net/preview/7808192/page:5/>

Таблица 1 – Примеры продолжительности подготовки и подведения итогов

| Мероприятия         | Продолжительность | Подготовительные работы   | Последствия (помимо прекращения и возвращения домой) |
|---------------------|-------------------|---|--|
| Олимпиада           | 2 недели          | 9 лет (город, спортсмены, строительство, отборочные соревнования) | Использование зданий и сооружений                    |
| Конференция         | 3 дня             | 1 год: доклады, программы, организация.                           | Издание сборников материалов и проекты.              |
| Концерт, игра       | 2 часа            | 1 год: репетиция, тренировки, продажа билетов.                    | PR   |
| Праздник            | полдня            | Полгода: координирование, приглашения.                            | Изыявление благодарности                             |
| Собрание, заседание | 2 часа            | 1 месяц: повестка дня, повестка выступлений.                      | Протокол, исполнение, претворение в жизнь.           |

Источник: <https://studfile.net/preview/7808192/page:5/>

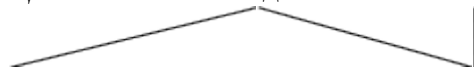
*Планирование: от цели к плану*



Рисунок 3 – Обратное планирование

Как указано выше, из основной цели вытекают второстепенные цели и меры.

**Цель:** «Что хотим добиться от event?»



**Целевая группа:** «К кому должен быть обращен event?»

**Бюджет:** «Сколько может стоить event?»

**Вид:** «Каким должен стать event?»

↓ **Суть программы:** «Что выражает event?»

**Участники:** «Кто должен участвовать в event?»

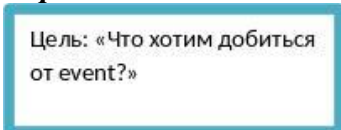
**Время:** «Когда должен состояться event?»

**Приглашения:** «Как целевая группа узнает о проведении event?»

**Обеспечение питанием:** «Как предоставляются еда и напитки?»

**Место:** «Где должен проводиться event?»

⇓ **Персонал:** «Кто задействован в проведении event?»



**Общественность:** «Как информируются люди о проведении event?»

**Организация:** «Как мы справляемся с проведением event?»

⇓ **Расходы:** «Как будут регулироваться финансовые вопросы?»

⇓ **Инфраструктура:** «Что должно быть установлено и что должно быть в наличии на месте проведения event?»

**Логистика:** «Как доставляются товары и люди к месту проведения event?»

Рисунок 4 – Решения планирования событийного мероприятия

Источник: <https://studfile.net/preview/7808192/page:5/>

## Раздел 2. Событийный менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства

### Тема 2.1. Управление Событийным мероприятием

#### Иллюстрации:

### Тема 2.2. Экономические аспекты управления событийным мероприятием в индустрии туризма и гостеприимства

#### Иллюстрации:



Рис. Комплексный подход к оценке событийных мероприятий, учитывающий принципы устойчивого развития

Источник:

[https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka\\_ekonomicheskogo\\_vozdeystviya\\_sobytiinyh\\_meropriyatiy\\_ekonomiku\\_regiona?ysclid=1h8xn9qkpu602268997](https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiinyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=1h8xn9qkpu602268997)

Таблица Классификация форм проведения ивентов в целях оценки экономической эффективности



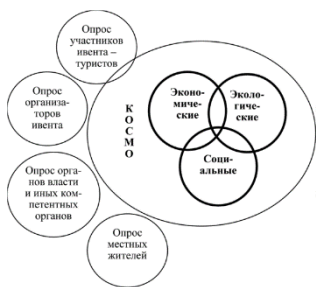


Рис. Компоненты КОСМО

*Источник:*

[https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka\\_ekonomicheskogo\\_vozdeystviya\\_sobytiynyh\\_meropriyatiy\\_ekonomiku\\_regiona?ysclid=lh8xn9qkpu602268997](https://bstudy.net/797369/turizm/otsenka_ekonomicheskogo_vozdeystviya_sobytiynyh_meropriyatiy_ekonomiku_regiona?ysclid=lh8xn9qkpu602268997)

### Раздел 3. Событийный маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства

#### Тема 3.1. Методы креатива в event-маркетинге

**Иллюстрации:**

#### Тема 3.2. Инструменты событийного маркетинга и MICE-индустрия

**Иллюстрации:**



*Источник:* <https://studfile.net/preview/7808192/page:2/>

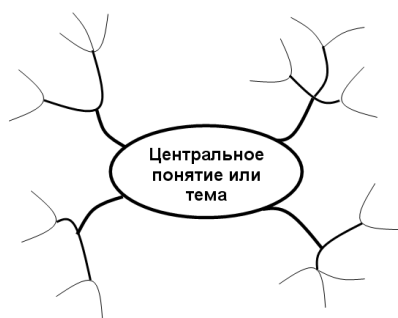


Рисунок 1 – Радиальная (кустообразная) структура ментальной карты

*Источник:* <https://studfile.net/preview/7808192/page:2/>

## 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**

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)**

**АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

**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) «Аналитика больших данных индустрии туризма и гостеприимства» 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 г № 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) .....   | 7  |
| 1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля) .....  | 11 |
| 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 .....  | 25 |
| 3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) .....  | 25 |
| 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 .....       | 27 |
| Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю) .....   | 29 |
| КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 29 |
| Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) .....                             | 56 |
| КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 56 |
| Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....  | 64 |
| УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 64 |
| ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....   | 69 |

# 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   |
|--|---|
| <b>Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных</b>           |   |
| <b>Тема 1.1. Предварительный анализ данных описательная статистика</b>                 | Статистический подход к анализу данных. Точечное и интервальное оценивание. Регрессионный, корреляционный анализ. Основные критерии классификации наборов данных и виды классификации; основные виды графического представления данных и методы их группировки; формулы расчета основных числовых характеристик количественных данных; тип шкалы измерения переменной и данных по упорядоченности статистическое мышление, обработка данных для контроля качества процессов и технологии six sigma. |
| <b>Тема 1.2. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению</b> | : Терминология, история появления. Технические сложности работы с большими данными. Распределенная файловая система HDFS. Базовая идея модели MapReduce,  |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>пример использования MapReduce. Большие данные (big data) в информационных технологиях, совокупность подходов, инструментов и методов обработки структурированных и неструктурированных данных огромных объёмов и значительного многообразия для получения воспринимаемых человеком результатов, эффективных в условиях непрерывного прироста, распределения по многочисленным узлам вычислительной сети, сформировавшихся в конце 2000-х годов, альтернативных традиционным системам управления базами данных и решениям класса Business Intelligence.</p>   |
| <p><b>Раздел 2. Аналитика в больших данных</b></p>   |  |
| <p><b>Тема 2.1. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных. Научные проблемы в области больших данных</b></p> | <p>Методы и техники анализа, применимые к большим данным: методы класса Data Mining: обучение ассоциативным правилам (англ. association rule learning), классификация (методы категоризации новых данных на основе принципов, ранее применённых к уже наличествующим данным), кластерный анализ, регрессионный анализ; краудсорсинг - категоризация и обогащение данных силами широкого, неопределённого круга лиц, привлечённых на основании публичной оферты, без вступления в трудовые отношения; смешение и интеграция данных (англ. data fusion and integration) - набор техник, позволяющих интегрировать разнородные данные из разнообразных источников для возможности глубинного анализа, в качестве примеров таких техник, составляющих этот класс методов приводятся цифровая обработка сигналов и обработка естественного языка (включая тональный анализ); машинное обучение, включая обучение с учителем и без учителя, а также Ensemble learning (англ.) - использование моделей, построенных на базе статистического анализа или машинного обучения для получения комплексных прогнозов на основе базовых моделей (англ. constituent models, ср. со статистическим ансамблем в статистической механике); искусственные нейронные сети, сетевой анализ, оптимизация, в том числе генетические алгоритмы; распознавание образов; прогнозная аналитика; имитационное моделирование; пространственный анализ (англ. Spatial analysis) - класс методов, использующих топологическую, геометрическую и географическую информацию в данных; статистический анализ, в качестве примеров методов приводятся A/B-тестирование и анализ временных рядов; визуализация аналитических данных - представление информации в виде рисунков, диаграмм, с использованием мультимедийных возможностей и анимации как для получения результатов, так и для использования в качестве исходных данных для дальнейшего анализа.</p> |
| <p><b>Тема 2.2. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы</b></p>                             | <p>Понятие прогноза и предвидения. Отличие прогнозирования от предвидения. Закон распределения случайной величины. Статистические оценки параметров. Доверительные области. Теория моментов.</p>   |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <p><b>прогнозирования</b></p> | <p>Корреляционный анализ. Использование модели множественной линейной регрессии для прогнозирования экономических показателей. Доверительные интервалы для зависимой переменной. Сглаживание временных рядов. Динамические модели с распределенными лагами. Стационарные временные ряды. Тестирование стационарности. Коинтеграция. Анализ временных рядов. Адаптивные и мультипликативные методы прогнозирования. Экспоненциальное сглаживание. Авторегрессионные модели. Модели скользящего среднего. Интегрированные процессы. Идентификация авторегрессионной модели скользящего среднего. Прогнозирование с моделями временных рядов. Доверительные интервалы прогноза. Дисперсионный анализ влияния качественных факторов. Ранговые методы. Факторный анализ. Метод главных факторов. Многомерное шкалирование. Классическая модель многомерного шкалирования. Неметрические методы. Кластерный анализ. Дискриминантный анализ. Многомерный статистический анализ.</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 (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. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных**

##### **Тема 1.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. анализ данных,
2. типы анализируемых данных,
3. процесс обработки данных.

##### **Тема 1.2. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. основные понятия Big Data
2. источники больших данных,

#### **Раздел 2. Аналитика в больших данных**

##### **Тема 2.1. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных. Научные проблемы в области больших данных**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Перечислите стандарты жизненного цикла больших данных.
2. Перечислите и охарактеризуйте методы интеллектуального анализа данных.
3. Перечислите классы хранилищ больших данных, назовите различия между ними.

## Тема 2.2. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы прогнозирования

### Вопросы для самоподготовки:

1. Методы сбора открытых данных из сети интернет
2. Разведочный анализ и визуализация данных
3. Разработка предсказательной модели
4. Анализ поведения пользователей в сети интернете

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

## Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных

### Тема 1.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика

#### Иллюстрации:

Классификация статистических данных по различным критериям



Рис. 1.1. Классификация статистических данных по различным критериям

Источник:

[https://studme.org/93299/statistika/predvaritelnyy\\_analiz\\_dannyh\\_opisatel'naya\\_statistika?ysclid=lh2cvh0bj9302991801](https://studme.org/93299/statistika/predvaritelnyy_analiz_dannyh_opisatel'naya_statistika?ysclid=lh2cvh0bj9302991801)

## Тема 1.2. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению

#### Иллюстрации:

#### Разница подходов

| Традиционная аналитика   | Big data аналитика  |
|--|---|
| Постепенный анализ небольших пакетов данных                            | Обработка сразу всего массива доступных данных                            |
| Редакция и сортировка данных перед обработкой                          | Данные обрабатываются в их исходном виде                                  |
| Старт с гипотезы и ее тестирования относительно данных                 | Поиск корреляций по всем данным до получения искомой информации           |
| Данные собираются, обрабатываются, хранятся и лишь затем анализируются | Анализ и обработка больших данных в реальном времени, по мере поступления |

Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>

| Функция   | Задача  |
|---|---|
| Big Data — собственно массивы необработанных данных                         | Хранение и управление большими объемами постоянно обновляющейся информации      |
| Data mining — процесс обработки и структуризации данных, этап аналитики для | Структурирование разнообразных сведений, поиск скрытых и неочевидных связей для |

|  |   |
|--|---|
| выявления закономерностей  | приведения к единому знаменателю  |
| Machine learning — процесс машинного обучения на основе обнаруженных связей в процессе анализа | Аналитика и прогнозирование на основе обработанной и структурированной информации |

Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>

| Драйверы   | Ограничители   |
|--|--|
| Высокий спрос на Big Data для повышения конкурентоспособности с помощью возможностей технологий  | Необходимость обеспечивать безопасность и конфиденциальность данных                                      |
| Развитие методов обработки медиафайлов на мировом уровне   | Нехватка квалифицированных кадров  |
| Реализация отраслевого плана по импортозамещению программного обеспечения  | В большинстве российских компаний объем накопленных информационных ресурсов не достигает уровня Big Data |
| Тренд на использование услуг российских провайдеров и системных интеграторов   | Новые технологии сложно внедрять в устоявшиеся информационные системы компаний                           |
| Создание технопарков, которые способствуют развитию информационных технологий  | Высокая стоимость технологий   |
| Государственная программа по внедрению грид-систем — виртуальных суперкомпьютеров, которые распространяются по кластерам и связываются сетью | Заморозка инвестиционных проектов в России и отток зарубежного капитала                                  |
| Перенос на территорию России серверов, которые обрабатывают персональную информацию  | Рост цен на импортную продукцию  |

Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>

## Раздел 2. Аналитика в больших данных

### Тема 2.1. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных.

#### Научные проблемы в области больших данных

Иллюстрации:

Нет иллюстраций

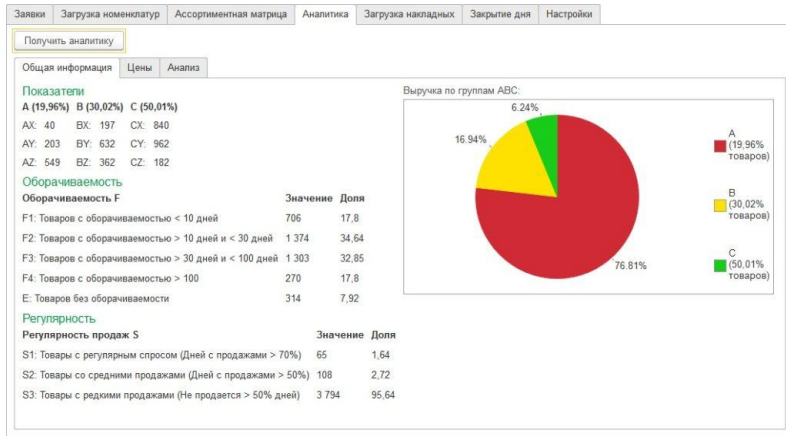
### Тема 2.2. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы прогнозирования

Иллюстрации:

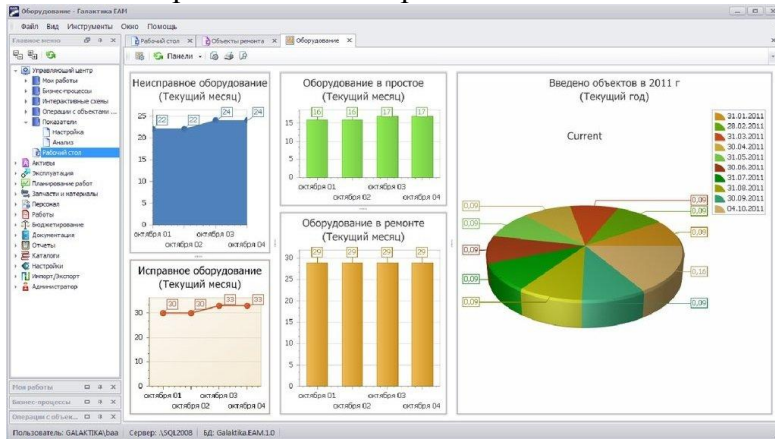


Предсказательная аналитика в разных сферах бизнеса

[Cross sell и Up sell: техники + 12 примеров фраз](#)



## Анализ ассортимента и его прогноз



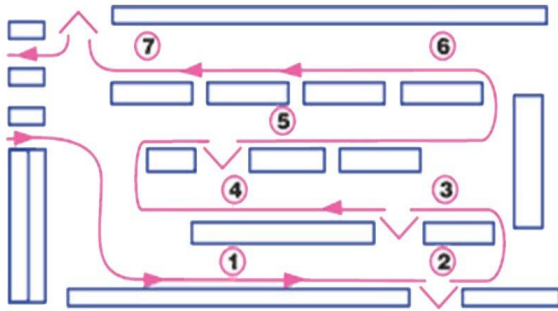
## Статистика работы оборудования



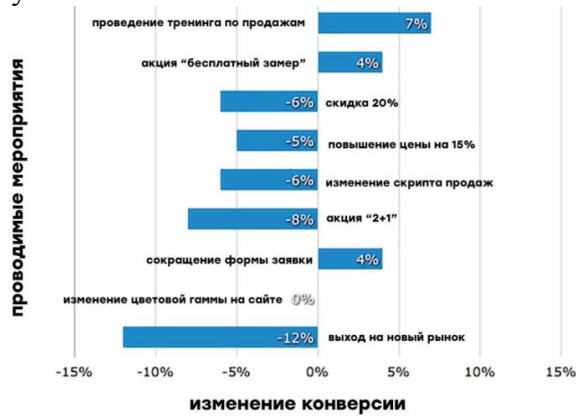
## Статистика мошенничества



## Минимизация рисков

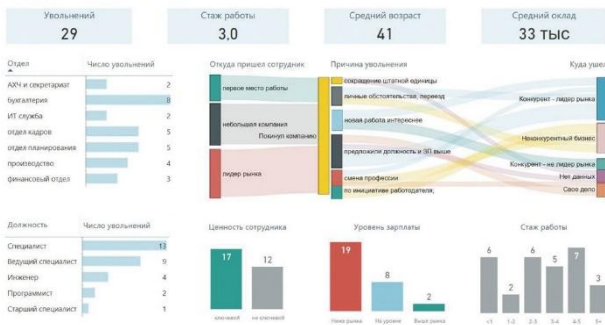


## Путь клиента



## Анализ конверсии

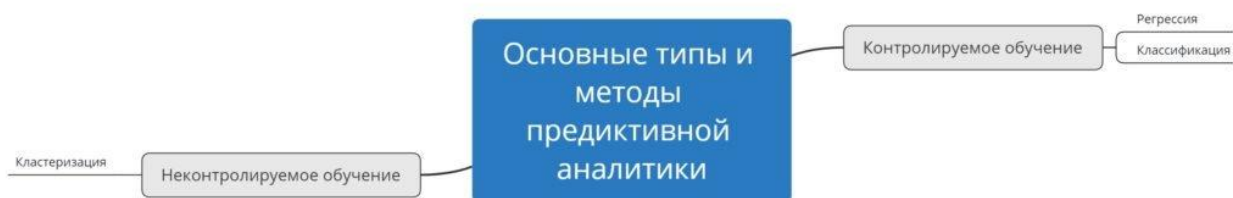
### АНАЛИЗ ПРИЧИН УВОЛЬНЕНИЙ



## Причины увольнений



## Основные компоненты



## Основные типы и методы

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Аналитика больших данных индустрии туризма и гостеприимства» 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. *refere* – 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 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. 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:

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

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:

| <b>Рубежный рейтинг</b>  | <b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>  |
|--------------------------|---|
| 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. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных

Тема 1.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                     | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1.    | Статистический подход к анализу данных. | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 2.    | Точечное и интервальное оценивание..    | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3.    | Регрессионный, корреляционный анализ    | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>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. Предварительный анализ данных, описательная статистика

Текст лекции.

Классификация статистических данных

Критерии классификации данных

В процессе управления экономическими и техническими системами статистические методы позволяют выработать обоснованные решения, сочетающие интуицию и опыт специалиста с тщательным анализом имеющейся информации. И с каждым годом интерес к статистической обработке данных неуклонно возрастает, так как объемы окружающей нас информации угрожающе увеличиваются и без грамотной их обработки и представления, исследования закономерностей невозможно правильно принимать решения на их основе. При этом анализ данных может проводиться с целью:

- анализа и отображения конкретной собранной информации – в этом случае говорят о статистическом описании, описательной (дескриптивной) статистике (descriptive statistics);
- описания всего класса явлений по имеющимся выборочным данным, характеризующим только часть этого класса. Эти задачи относятся к аналитической статистике.

Как правило, любое статистическое исследование начинается с дескриптивной статистики, а потом уже при необходимости углубляется аналитической.

Под данными (data) в статистике понимают совокупность сведений, зафиксированных на определенном носителе в форме, пригодной для их постоянного хранения, передачи и обработки.

В статистике для характеристики изучаемых объектов используются различные типы данных, и к каждому типу применимы свои методы их обработки. Поэтому прежде всего необходимо определиться с их классификацией.

Основные критерии классификации наборов статистических данных [31, 34] следующие:

- 1) по числу переменных, характеризующих объект исследования, различают одномерные, двумерные и многомерные данные;
- 2) по наличию или отсутствию упорядочения во времени различают пространственные, временные и пространственно-временные данные;
- 3) по типу шкалы измерения каждого признака различают количественные (числовые) признаки, которые делятся на дискретные и непрерывные, и качественные (категориальные) признаки, которые делятся на номинальные и порядковые;
- 4) по способу получения данные делятся на первичные – если информация собиралась специально для данного анализа и вторичные – если используется информация из других источников, собранная для других целей.

Полная схема классификации данных по названным критериям представлена на рис. 1.1.

Классификация статистических данных по различным критериям

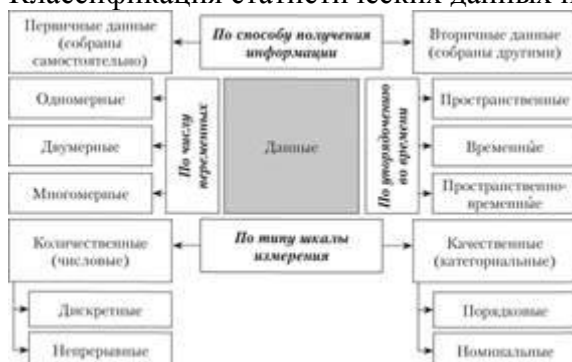


Рис. 1.1. Классификация статистических данных по различным критериям

Источник:

[https://studme.org/93299/statistika/predvaritelnyy\\_analiz\\_dannyh\\_opisatel'naya\\_statistika?ysclid=lh2cvh0bj9302991801](https://studme.org/93299/statistika/predvaritelnyy_analiz_dannyh_opisatel'naya_statistika?ysclid=lh2cvh0bj9302991801)

### Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятие Большие данные. Роль цифровой информации в 21 веке.
2. Виды массивов данных.
3. Базовые принципы обработки больших данных.
4. Технологии обработки больших данных: NoSQL, MapReduce, Hadoop, R.
5. Технологии Business Intelligence и реляционные системы управления базами данных.
6. Прогнозирование и предвидение: общее и особенное.
7. Виды прогнозов
8. Опишите методики анализа больших данных.
9. Процесс аналитики анализа больших данных.
10. Дайте характеристику Big Data на мировом рынке.
11. Охарактеризуйте Big Data в России.
12. Определите понятие Data Mining.

### 1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

#### 2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных

Тема 1.2. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению

#### 3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

#### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения  |
|-------|---|---|
| 1.1.  | Терминология, история появления. Распределенная файловая система HDFS. Базовая идея модели. | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи                          |
| 1.2.  | Технические сложности работы с большими данными.  | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи<br>Заключительная лекция |
| 1.3.  | Большие данные (big data) в информационных технологиях.                                     | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением   |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | обратной связи<br>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. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению

### Текст лекции.

#### **Что такое Big Data?**

Термин Big Data появился в 2008 году. Впервые его употребил редактор журнала Nature — Клиффорд Линч. Он рассказывал про взрывной рост объемов мировой информации и отмечал, что освоить их помогут новые инструменты и более развитые технологии.

Чтобы понять Big Data, необходимо определиться с понятием и его функцией в маркетинге.

В наши дни пользователи генерируют данные регулярно: когда они открывают какое-либо приложение, ищут информацию в Google, совершают покупки в интернете или просто путешествуют со смартфоном в кармане. В результате возникают огромные массивы ценной информации, которую компании собирают, анализируют и визуализируют.

Big Data буквально переводится на русский язык как «Большие данные». Этим термином определяют массивы информации, которые невозможно обработать или проанализировать при помощи традиционных методов с использованием человеческого труда и настольных компьютеров. Особенность Big Data еще и в том, что массив данных со временем продолжает экспоненциально расти, поэтому для оперативного анализа собранных материалов необходимы вычислительные мощности суперкомпьютеров. Соответственно, для обработки Big Data необходимы экономичные, инновационные методы обработки информации и предоставления выводов.

Но зачем прилагать столько усилий для систематизации и анализа Big Data? Аналитику Больших данных используют, чтобы понять привлекательность товаров и услуг, спрогнозировать спрос на рынке и реакцию на рекламную кампанию. Работа с Big Data помогает фирмам привлечь больше потенциальных клиентов и увеличить доходы, использовать ресурсы рационально и строить грамотную бизнес-стратегию.

А это значит, что аналитики, умеющие извлекать полезную информацию из больших данных, сейчас нарасхват. Научиться этому можно, даже если вы никогда не работали в IT. Например, «Факультет аналитики Big Data» от GeekBrains предлагает удобные онлайн-занятия и десяток кейсов в портфолио. Кстати, первые шесть месяцев обучения бесплатно. Успешно прошедших курс обязательно трудоустроят – это прописано в договоре.

#### **Разница подходов**

| Традиционная аналитика   | Big data аналитика  |
|--|---|
| Постепенный анализ небольших пакетов данных                            | Обработка сразу всего массива доступных данных                            |
| Редакция и сортировка данных перед обработкой                          | Данные обрабатываются в их исходном виде                                  |
| Старт с гипотезы и ее тестирования относительно данных                 | Поиск корреляций по всем данным до получения искомой информации           |
| Данные собираются, обрабатываются, хранятся и лишь затем анализируются | Анализ и обработка больших данных в реальном времени, по мере поступления |

#### **Функции и задачи больших данных**



Анализ Больших данных начинается с их сбора. Информацию получают отовсюду: с наших смартфонов, кредитных карт, программных приложений, автомобилей. Веб-сайты способны передавать огромные объемы данных. Из-за разных форматов и путей возникновения Big Data отличаются рядом характеристик:

**01**

**Volume.** Огромные «объемы» данных, которые организации получают из бизнес-транзакций, интеллектуальных (IoT) устройств, промышленного оборудования, социальных сетей и других источников, нужно где-то хранить. В прошлом это было проблемой, но развитие систем хранения информации облегчило ситуацию и сделало информацию доступнее.

**Velocity.** Чаще всего этот пункт относится к скорости прироста, с которой данные поступают в реальном времени. В более широком понимании характеристика объясняет необходимость высокоскоростной обработки из-за темпов изменения и всплесков активности.

**02**

**Variety.** Разнообразие больших данных проявляется в их форматах: структурированные цифры из клиентских баз, неструктурированные текстовые, видео- и аудиофайлы, а также полуструктурированная информация из нескольких источников. Если раньше данные можно было собирать только из электронных таблиц, то сегодня данные поступают в разном виде: от электронных писем до голосовых сообщений.

**03**

В России под Big Data подразумевают также технологии обработки, а в мире — лишь сам объект исследования.

| Функция   | Задача   |
|---|--|
| Big Data — собственно массивы необработанных данных   | Хранение и управление большими объемами постоянно обновляющейся информации                                       |
| Data mining — процесс обработки и структуризации данных, этап аналитики для выявления закономерностей | Структурирование разнообразных сведений, поиск скрытых и неочевидных связей для приведения к единому знаменателю |
| Machine learning — процесс машинного обучения на основе обнаруженных связей в процессе анализа        | Аналитика и прогнозирование на основе обработанной и структурированной информации                                |

Big Data характеризует большой объем структурированных и неструктурированных данных, которые ежеминутно образуются в цифровой среде. IBM утверждает, что в мире предприятия ежедневно генерируют почти 2,5 квинтиллиона байтов данных! А 90% глобальных данных получено только за последние 2 года. Но важен не объем информации, а возможности, которые даёт её анализ. Одно из основных преимуществ Big Data — предиктивный анализ. Инструменты аналитики Больших данных прогнозируют результаты стратегических решений, что оптимизирует операционную эффективность и снижает риски компании. Big Data объединяют релевантную и точную информацию из нескольких источников, чтобы наиболее точно описать ситуацию на рынке. Анализируя информацию из социальных сетей и поисковых запросов, компании оптимизируют стратегии цифрового маркетинга и опыт потребителей. Например, сведения о рекламных акциях всех конкурентов, позволяют руководству фирмы предложить более выгодный «персональный» подход клиенту. Компании, правительственные учреждения, поставщики медицинских услуг, финансовые и академические учреждения — все используют возможности Больших данных для улучшения деловых перспектив и качества обслуживания клиентов. Хотя исследования показывают, что еще почти 43% коммерческих организаций до сих пор не обладают необходимыми инструментами для фильтрации нерелевантных данных, теряя потенциальную прибыль. Поэтому сегодня на рынке наметился курс на модернизацию бизнес-процессов, освоение новых технологий и внедрение Big Data.

## **Блокчейн и Биг Дата: потенциал объединенной технологии**

Блокчейн — это децентрализованная система транзакций, где каждую транзакцию проверяет каждый элемент сети. Такая система гарантирует неизменность и невозможность манипуляции данными.

Криптовалюты и другие технологии блокчейн становятся все более популярными. Только в Японии почти 50 банков вступили в партнерские отношения с Ripple, сетью блокчейнов с открытым исходным кодом и третьей по величине рыночной капитализацией криптовалютой в мире. Для банков сотрудничество обеспечит мгновенные безрисковые транзакции по низкой цене. Интерес к подобным операциям проявляют финансовые структуры в других странах, что означает дальнейшее развитие новых технологий в банковской сфере.

Популярность технологии предвещает рост объема транзакционных данных, записанных в регистрах, в геометрической прогрессии. К 2030 году информация, содержащаяся в реестре блокчейн, составит до 20% мирового рынка Больших данных и будет генерировать до 100 миллиардов долларов годового дохода. Хранение этих «озер данных» у традиционных поставщиков облачных хранилищ (AWS или Azure) обойдется в целое состояние. Своевременно на рынке появились поставщики децентрализованных хранилищ данных, предлагающие экономию затрат до 90%. Их работа облегчает внедрение блокчейн по всему миру и гарантирует развитие сферы.

**Если большие данные — это количество, то блокчейн — это качество.**

Использование блокчейна открывает новый уровень аналитики Big Data. Такая информация структурирована, полноценна и безопасна, так как ее невозможно подделать из-за сетевой архитектуры. Анализируя ее, алгоритмы смогут проверять каждую транзакцию в режиме реального времени, что практически уничтожит мошенничество в цифровой сфере. Вместо анализа записей о махинациях, которые уже имели место, банки могут мгновенно выявлять рискованные или мошеннические действия и предотвращать их. Технология блокчейн применима не только к финансовому сектору. Неизменяемые записи, контрольные журналы и уверенность в происхождении данных — всё это применимо в любых бизнес-сферах. Уже сейчас компании внедряют блокчейн при торговле продуктами питания, а с другой стороны — изучают перспективы технологии при освоении космоса. Ожидается, что будущие решения в сфере Big Data и блокчейн радикально изменят способы ведения бизнеса.

### **Машинное обучение**

Сегодня во многих отраслях внедряют машинное обучение для автоматизации бизнес-процессов и модернизации экономической сферы. Концепция предусматривает обучение и управление искусственным интеллектом (ИИ) с помощью специальных алгоритмов. Они учат систему на основе открытых данных или полученного опыта. Со временем такое приложение способно прогнозировать развитие событий без явного программирования человеком и часов потраченных на написание кода.

Например, с помощью машинного обучения можно создать алгоритм технического анализа акций и предполагаемых цен на них. Используя регрессионный и прогнозный анализы, статистическое моделирование и анализа действий, эксперты создают программы, которые рассчитывают время выгодных покупок на фондовом рынке. Они анализируют открытые данные с бирж и предлагают наиболее вероятное развитие событий. При работе с Большими данными машинное обучение выполняет сходную функцию: специальные программы анализируют внушительные объемы информации без вмешательства человека. Все, что требуется от оператора «научить» алгоритм отбирать полезные данные, которые нужны компании для оптимизации процессов. Благодаря этому аналитики составляют отчеты за несколько кликов мыши, высвобождая своё время и ресурсы для более продуктивных задач: обработки результатов и поиск наиболее эффективных стратегий. В динамично развивающемся мире, где ожидания клиентов всё выше, а человеческие ресурсы всё ценнее, машинное обучение и наука о данных играют решающую роль в развитии

компаний. Цифровая технологизация рабочего процесса жизненно необходима для сохранения лидирующих позиций в конкурентной среде.

### **Большие данные в бизнесе**

Всех, кто имеет дело с большими данными, можно условно разделить на несколько групп:

**Датамайнеры — разработчики алгоритмов, которые помогают заказчикам извлекать ценные сведения. Среди них: Yandex Data Factory, «Алгомост», Glowbyte Consulting, CleverData и др.**

**Поставщики инфраструктуры — решают задачи хранения и предобработки данных. Например: IBM, Microsoft, Oracle, Sap и другие.**

**Системные интеграторы — компании, которые внедряют системы анализа больших данных на стороне клиента. К примеру: «Форс», «Крок» и др.**

**Потребители — компании, которые покупают программно-аппаратные комплексы и заказывают алгоритмы у консультантов. Это «Сбербанк», «Газпром», «МТС», «Мегафон» и другие компании из отраслей финансов, телекоммуникаций, ритейла.**

**Разработчики готовых сервисов — предлагают готовые решения на основе доступа к большим данным. Они открывают возможности Big Data для широкого круга пользователей.**

Основные поставщики больших данных в России — поисковые системы. Они имеют доступ к массивам данных, а кроме того, обладают достаточной технологической базой для создания новых сервисов.

### **Google**

На рынке бизнес-аналитики с 2012 года, когда компания запустила Google BigQuery — облачный сервис для анализа Big Data в режиме реального времени. Через год его интегрировали в Google Analytics Premium — платную версию счетчика. Недавно Google представила Cloud Bigtable — масштабируемый, облачный сервис баз данных.

### **«Яндекс»**

Большинство сервисов компании построено на анализе больших данных: поисковый алгоритм на основе нейросетей «Палех», машинный перевод, фильтрация спама, таргетинг в контекстной рекламе, предсказание пробок и погоды, распознавание речи и образов, управление беспилотными автомобилями.

Некоторое время в «Яндексе» существовало отдельное подразделение Yandex Data Factory, которое оказывало консультационные услуги крупным компаниям. Но впоследствии эта структура была внедрена в отдел поиска.

### **Mail.Ru Group**

Система веб-аналитики «Рейтинг Mail.Ru» — первый проект, который начал применять технологии обработки больших данных. Сейчас Big Data используется практически во всех сервисах компании — «Таргет.Mail.Ru», «Почта Mail.Ru», «Одноклассники», «Мой Мир», «Поиск Mail.Ru» и других.

С помощью анализа больших данных Mail.Ru таргетирует рекламу, оптимизирует поиск, ускоряет работу техподдержки, фильтрует спам, изучает поведение пользователей и т.д.

### **«Рамблер»**

Сначала медиахолдинг использовал большие данные только в поиске, а затем в компании появилось направление датамайнинга. «Рамблер» применяет технологии для персонализации контента, блокировки ботов и спама, обработки естественного языка.

### **Выгоды использования технологии в бизнесе**

**Повышаются шансы проекта на востребованность.**

**Увеличивается скорость запуска новых проектов.**

**Упрощается планирование.**

**Можно оценить степень удовлетворенности пользователей.**

**Проще найти и привлечь целевую аудиторию.**

**Ускоряется взаимодействие с клиентами и контрагентами.**

**Оптимизируются интеграции в цепи поставок.**

**Повышается качество клиентского сервиса, скорость взаимодействия.**

**Повышается лояльность текущих клиентов.**

Интерес к технологиям больших данных в России растет, но у Big Data есть как драйверы, так и ограничители.

| Драйверы   | Ограничители   |
|--|--|
| Высокий спрос на Big Data для повышения конкурентоспособности с помощью возможностей технологий  | Необходимость обеспечивать безопасность и конфиденциальность данных                                      |
| Развитие методов обработки медиафайлов на мировом уровне   | Нехватка квалифицированных кадров  |
| Реализация отраслевого плана по импортозамещению программного обеспечения  | В большинстве российских компаний объем накопленных информационных ресурсов не достигает уровня Big Data |
| Тренд на использование услуг российских провайдеров и системных интеграторов   | Новые технологии сложно внедрять в устоявшиеся информационные системы компаний                           |
| Создание технопарков, которые способствуют развитию информационных технологий  | Высокая стоимость технологий   |
| Государственная программа по внедрению грид-систем — виртуальных суперкомпьютеров, которые распространяются по кластерам и связываются сетью | Заморозка инвестиционных проектов в России и отток зарубежного капитала                                  |
| Перенос на территорию России серверов, которые обрабатывают персональную информацию  | Рост цен на импортную продукцию  |

### **Big Data в маркетинге**

Зачем нужны большие данные в маркетинге? Анализ массивов информации о компании открывает новые возможности:

**Узнать своих клиентов.**

**Изучить конкурентов.**

**Понять работу бизнеса в цифрах.**

Маркетинг сможет выйти на новый уровень понимания и аналитики, что позволит снизить издержки и увеличить продажи.

**Выгоды использования технологии в маркетинге**

**Максимальная персонализация рекламных сообщений.**

**Предсказание реакции потребителей на маркетинговые сообщения.**

**Создание точных портретов целевых потребителей.**

**Увеличение кросс-продаж, повторных продаж, ремаркетинга.**

**Поиск и определение причин популярности востребованных товаров и продуктов.**

**Совершенствование продуктов и услуг, повышение лояльности клиентов.**

**Повышение качества обслуживания.**

**Предупреждение мошенничества.**

**Снижение издержек в работе с поставщиками и клиентами.**

Благодаря специальным сервисам технологии больших данных, Big Data найдется применение в любом отделе маркетинга, в том числе среднего и малого бизнеса. Вам не потребуется устанавливать и обслуживать дорогостоящее оборудование и содержать специалиста.

### **Сервисы Big Data**

«1С-Битрикс BigData»

Облачный сервис для персонализации торговых предложений, встроенный в систему управления сайтом. Позволяет повысить качество управления и эффективность рекламы,

увеличить средний чек, объемы продаж и конверсию за счет персональных предложений, которые создаются на основе знаний о пользователе.

### **Подключение сервиса**

RTB Media

Сервис по управлению закупками цифровой рекламы, который помогает эффективно участвовать в RTB-аукционах. Использует большие данные для привлечения нужных покупателей. С помощью сервиса можно настроить кросс-канальный, поисковый и товарный ретаргетинг.

### **Демо-версия сервиса**

Alytics

Система сквозной аналитики с автоматизацией контекстной рекламы и интерактивными отчетами. Возможности: аналитика, интерактивные дашборды, коллтрекинг, автоматическое управление контекстной рекламой. Позволяет эффективно управлять рекламными бюджетами, предоставляет отчет о таких показателях, как CPA, ROI, выручка и др. Внедряется в несколько кликов, подойдет для специалистов по контекстной рекламе, маркетологов и руководителей.

### **Интерфейс раздела аналитики**

Crossss

Сервис для мультиканальной персонализации интернет-магазинов, своеобразный мерчендайзинг для e-commerce. Сервис собирает информацию об интересах пользователей, анализирует ее и помогает предугадывать желания покупателя. Crossss может перестроить контент сайта лично на каждого пользователя на основе его поведения: выстроить выкладку товаров в каталоге, создать персонализированные и таргетированные почтовые рассылки.

### **Раздел аналитики в сервисе**

Технологии Big Data уже обыденность — множество компаний использует их для решения задач своего бизнеса, наряду с автоматизацией и CRM. Будущее больших данных — применение технологий Blockchain, глубокое внедрение искусственного интеллекта, повсеместный переход на облачные сервисы и платформы для самостоятельной работы, а также анализ Dark Data — всей неоцифрованной информации о компании.

*Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>*

### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Вопросы безопасности больших данных.
2. В чем состоит когнитивный анализ данных.
3. Какие модели данных вы знаете?
4. Основные описательные статистики.
5. Определите различия между параметрическими, непараметрическими и номинальными методами.
6. Опишите основную идею корреляционного анализа.
7. Регрессионный анализ.
8. Основная идея дисперсионного анализа.
9. Сущность кластерного анализа.
10. Дискриминантный анализ: модель и общая процедура выполнения.
11. Цели факторного анализа.
12. Программные средства анализа данных: Statistica, SPSS, Excel; их преимущества и недостатки.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Аналитика в больших данных

Тема 2.1. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных. Научные проблемы в области больших данных

### 3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                       | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1     | Процесс анализа больших данных.           | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2     | Технологии анализа больших данных.        | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3     | Научные проблемы в области больших данных | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>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. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных. Научные проблемы в области больших данных

#### Текст лекции.

##### Введение

Объем данных, генерируемый и собираемый современными научно-исследовательским центрами, финансовыми институтами, социальными сетями, уже привычно измеряется петабайтами. Так в дата-центрах Facebook хранится уже более 15 млрд. изображений, нью-йоркская фондовая биржа NYSE создает и реплицирует ежедневно около 1 Тб данных, Большой адронный коллайдер получает около 1 Пб данных в секунду.

Таким образом, в современном мире возникла проблема больших данных или Big Data. Мировые лидеры в сфере ИТ и бизнеса заняты поиском оптимального решения для

управления огромным количеством постоянно прибывающей информации и ее анализа. Они ищут пути извлечения выгоды из данных находящихся в их распоряжении.

Тема больших данных интересна как с практической, так и с теоретической точек зрения. Сами технологии находятся в состоянии непрерывного развития, что позволяет как в режиме реального времени наблюдать за процессом их внедрения и совершенствования, так и непосредственно участвовать в создании новых технологий обработки больших массивов данных.

Также хочется заметить, что расширение познаний и навыков в сфере Big Data является особенно актуальным для студентов специальности бизнес-информатика.

Большие данные.

Описывая специфику больших данных, первым делом упоминают 3V: "volume, variety and velocity" или объем, разнообразие и скорость.

Объем подразумевает не только большое количество хранимой информации, но и ее дополнение, рост, изменение с течением времени.

Разнообразие типов и источников информации всегда было большой проблемой, когда появлялась необходимость свести их в один массив данных. Сегодня это разнообразие только увеличивается.

Скорость оценивается как при создании информации, так и при ее обработке.

Традиционным методом работы с массивами информации являются реляционные базы данных. Однако работа с реляционной базой данных на сотни терабайт - это еще не Big Data, а, например, "обычная" highload-БД. Разница, в данном случае, заключается в архитектуре БД и логике взаимодействия СУБД с хранящейся информацией.

В реляционных БД информация распределена дисперсионно, т.е. имеет место изначально заданная четкая структура, изменение которой в уже работающей базе связано с множеством проблем. Таким образом, в силу своей архитектуры, реляционные БД лучше всего подходят для коротких быстрых запросов, идущих однотипным потоком. Сложный же запрос либо потребует перестройки структуры БД, либо, в угоду быстрдействию, увеличения вычислительных мощностей. Это указывает на еще одну проблему традиционных баз данных, а именно на сложность их масштабируемости.

Таким образом, для работы со сложными гибкими запросами необходима среда, позволяющая хранить и обрабатывать неструктурированные данные, поддающаяся масштабированию и допускающая применения распределенных вычислений, где для обработки данных используется не одна высокопроизводительная машина, а целая группа таких машин, объединенных в кластер.

Техники анализа больших данных

На данный момент существует и разрабатывается множество техник анализа больших кластеров информации. Далее будут приведены некоторые из них.

Слияние и интеграция данных (Data fusion and data integration). Набор техник, которые сводят вместе и анализируют информацию из различных источников, с целью получения более достоверной и, в перспективе, полезной информации, чем при использовании единственного источника. Для этого может быть использована обработка цифровых сигналов (Signal processing). Например, данные СМИ, проанализированные с помощью обработки естественного языка (natural language processing) и сопоставленные с данными о продажах, могут выявить механизм воздействия рекламных компаний и другой информации на поведение покупателей.

Интеллектуальный анализ данных (Data mining). Набор техник извлечения потенциально полезной информации из больших массивов данных путем комбинации различных методов, от статистики до машинного обучения (machine learning) и управления базами данных (database management). Они включают в себя ассоциативное обучение (association rule learning), кластерный анализ (cluster analysis), классификацию и регрессию.

Генетические алгоритмы (Genetic algorithms). Техника, используемая для оптимизации и основанная на принципе естественной эволюции: "выживание наиболее приспособленного".

Здесь потенциальные решения внесены в код подобно хромосомам и могут составлять комбинации и мутировать. Также часто описываются как тип эволюционных алгоритмов, хорошо подходящих для решения нелинейных задач. Примером может являться улучшение рабочего графика или оптимизация инвестиционного портфеля.

Нейронные сети (Neural networks). Вычислительные модели, вдохновленные нервной системой человека и животных. Они хорошо подходят для нахождения сложных образов, и могут быть использованы для распознавания и оптимизации. Могут включать в себя, так называемое, обучение с учителем (supervised learning), или обучение без учителя (unsupervised learning)

Обработка потоков (Stream processing). Технологии обработки большого количества потоков данных о событиях в реальном времени.

Также широко используется метод визуализации и другие.

Технологии анализа больших данных.

Технологии анализа, в силу перспективности развития этого направления и большой коммерческой отдачи, также широко представлены, и их число продолжает расти. Ниже приведен список и описание наиболее заметных из них.

Business intelligence (BI). Прикладное программное обеспечение, разработанное для сбора, анализа и представления данных. Инструменты BI часто используются для создания стандартных отчетов или для отображения информации в реальном времени на панелях управления.

Cassandra. Бесплатная СУБД с открытым кодом, предназначенная для обращения с большим количеством данных на базе распределенной системы. Изначально разработана в Facebook, сейчас числится как проект the Apache Software foundation

Extract, transform, and load (ETL). Программные инструменты для извлечения данных их внешних источников, адаптации их под стандарт системы и загрузки в базу данных.

Google File System. Фирменная распределенная файловая система Гугла.

Hadoop. Бесплатная программная среда для обработки огромных массивов данных и решения определенных типов задач на основе распределенных систем. Разработка вдохновлена Google's MapReduce и Google File System. Изначально разработана в Yahoo!, сейчас числится как проект the Apache Software foundation.

Аналитика Big Data реалии и перспективы в Росси и мире.

О больших данных сегодня не слышал только человек, который не имеет никаких внешних связей с внешним миром. На Хабре тема аналитики Big Data и смежные тематики популярны. Но неспециалистам, которые хотели бы посвятить себя изучению Big Data, не всегда ясно, какие перспективы имеет эта сфера, где может применяться аналитика Big Data и на что может рассчитывать хороший аналитик. Давайте попробуем разобраться.

С каждым годом увеличивается объем генерируемой человеком информации. К 2020 году объем хранимых данных увеличится до 40-44 зеттабайт (1 ЗБ ~ 1 миллиард ГБ). К 2025 году — до примерно 400 зеттабайт. Соответственно, управление структурированными и неструктурированными данными при помощи современных технологий — сфера, которая становится все более важной. Интересуются большими данными как отдельные компании, так и целые государства.

К слову, именно в процессе обсуждения информационного бума и способов обработки генерируемых человеком данных и возник термин Big Data. Считается, что впервые его предложил в 2008 году редактор журнала Nature — Клиффорд Линч.

С тех пор рынок Big Data ежегодно увеличивается на несколько десятков процентов. И эта тенденция, по мнению специалистов, будет держаться и дальше. Так, по оценкам компании Frost & Sullivan в 2021 году общий объем мирового рынка аналитики больших данных увеличится до показателя в \$67,2 млрд. Ежегодный рост составит около 35,9 %.

Технологии и методы анализа, которые используются для анализа Big Data:

Data Mining;

краудсорсинг;



смешение и интеграция данных;  
машинное обучение;  
искусственные нейронные сети;  
распознавание образов;  
прогнозная аналитика;  
имитационное моделирование;  
пространственный анализ;  
статистический анализ;  
визуализация аналитических данных  
Аналитика Big Data в мире.

Сейчас аналитика больших данных используется в более чем 50 % компаний по всему миру. При том, что в 2015 году этот показатель составлял всего лишь 17 %. Big Data активнее всего используется компаниями, которые работают в сфере телекоммуникаций и финансовых услуг. Затем идут компании, которые специализируются на технологиях в здравоохранении. Минимальное использование аналитики Big Data в образовательных компаниях: в большинстве случаев представители этой сферы заявляли о намерении использовать технологии в ближайшем будущем.

В США аналитика Big Data используется наиболее активно: более 55 % компаний из самых разных сфер работают с этой технологией. В Европе и Азии востребованность аналитики больших данных ненамного ниже — около 53 %.

Аналитика Big Data в России.

По мнению аналитиков IDC, Россия является крупнейшим региональным рынком решений по аналитике Big Data. Рост объемов рынка таких решений в Центральной и Восточной Европе достаточно активный, каждый год этот показатель увеличивается на 11%. К 2022 году он достигнет в количественном отношении \$5,4 млрд.

Во многом такое бурное развитие рынка обуславливается ростом этой сферы в России. В 2018 году выручка от продажи соответствующих решений в РФ составила 40% от совокупного объема инвестиций в технологии обработки Big Data всего региона.

В РФ больше всего на обработку Big Data тратят компании со стороны банковского и государственного секторов, телекоммуникационной индустрии и промышленности.

Что сдерживает развитие рынка Big Data в Росси.

Высокая стоимость решений и отсутствие быстрых результатов.

Хотя интерес к решениям BI и Big Data растет во всех сферах, основным сдерживающим фактором, особенно в компаниях среднего бизнеса, остается стратегия выживания при отсутствии стратегии развития и рывка, и, как следствие, экономия на ИТ-бюджете. Заказчикам нужны не просто ИТ-технологии, им нужны конкурентоспособные бизнес-идеи и экономический эффект в ближайшем будущем. Инструменты обработки больших данных требуют больших вычислительных мощностей, а следовательно, дороги в закупке, установке и использовании.

Бизнес-пользователи при таких обстоятельствах хотят увидеть возврат инвестиций в оборудование в самой ближайшей перспективе. Однако на деле этого не происходит – как и любые аналитические инструменты, системы Big Data нацелены на оптимизацию бизнеса и не приносят «быстрых» доходов, - отмечает Роман Коновалов, генеральный директор «АйДи – Технологии управления».

Дефицит специалистов.

На рынке по-прежнему наблюдается дефицит специалистов, которые умеют реализовывать проекты в сфере Big Data. В России пока не образовались центры компетенций, которые бы занимались их массовой подготовкой. Поэтому успешные кейсы – это скорее истории отдельных компаний и разработчиков.

Кроме того, в России пока отсутствует профессиональное сообщество, которое взяло бы на себя большую задачу – информирование рынка изнутри.

Запрос есть со стороны как разработчиков, так и заказчиков, а компетенциями обладают отдельные вендоры и специалисты. Я думаю, что стоит использовать как можно больше различных форматов для создания экспертного сообщества. Мы все являемся участниками единого ИТ-пространства, и обмен опытом позволит укрепить потенциал рынка отечественной ИТ-разработки технологий Big Data, - отмечает Тимур Ахмеров, генеральный директор «БАРС Груп»

По мнению гендиректора CleverData Дениса Афанасьева, применение Big Data на практике сильно зависит от компетенций и навыков специалистов, поэтому компаниям важно развивать собственную экспертизу. Для извлечения пользы из данных требуются аналитики, совмещающие навыки и математика, и разработчика, и бизнес-аналитика. Университет этих компетенций позволяет разбираться одновременно в сфере анализа данных, в статистике, учитывать возможности технической реализации проектов и практического применения Big Data.

Некачественные данные.

Для российских заказчиков по-прежнему актуальна проблема некачественных данных – на основе разрозненных или недостоверных данных эффективно решать аналитические задачи невозможно.

Но важно, что направление обозначено и в целом движение вперед прослеживается, а на рынке присутствуют российские BI-инструменты, которые обеспечивают интеграцию с различными источниками данных, что жизненно необходимо для внедрения проектов Big Data, и инструментарием продвинутой аналитики одновременно. Например, «Форсайт. Аналитической платформа». В ней обеспечена интеграция с коммерческими платформами, среди которых – Teradata, Oracle Exadata, SAP Hana, HP Vertika, IBM Netezza и др.), а также open source продуктами (например, PostgreSQL, Nadoop и др.), - говорит Юлия Кудрявцева из компании «Форсайт».

Конфиденциальность данных.

Одними из основных сдерживающих факторов для развития и совершенствования инструментов аналитики в России являются опасения заказчиков в области конфиденциальности данных.

Несмотря на то, что инструменты киберзащиты нового поколения, активно внедряются в бизнес-практику, пользователи систем Big Data все еще остерегаются сливов конфиденциальной информации о компаниях, а также персональных данных клиентов, - рассказывает Роман Коновалов, генеральный директор «АйДи – Технологии управления».

Более активному развитию рынка препятствует недоверие потребителей к технологиям, а также отдельные вопросы регулирования рынка.

Для работы с данными интернет-пользователей и их применения необходимо обеспечить конфиденциальность и особые условия хранения персональных данных, - добавляет Денис Афанасьев из Clever Data.

Состояние российского рынка Big Data.

Российский рынок Big Data находится на начальной стадии развития и под этим термином часто понимаются традиционные BI-подходы. Основными потребителями технологий больших данных, так же, как и основными носителями больших объемов данных, являются компании в банковском секторе, Телекоме и торговле. Для них анализ больших объемов данных, связанных с анализом платежеспособности клиентов, потребительским поведением и рыночной конъюнктурой является важнейшим инструментом для поддержания конкурентного преимущества.

В последние годы во всех компаниях из большой тройки мобильных операторов появились подразделения, специализирующиеся на работе с большими данными, причем они являются не просто информационными подразделениями для развития клиентских про-файлов, они являются бизнес-единицами, которые призваны генерировать дополнительную прибыль.

Ритейл тоже находится в числе первопроходцев рынка Big Data. Все больше компаний из этого сегмента создают отдельные подразделения по работе с данными, чтобы как можно глубже погружаться в строки чеков за 2+ лет и находить новые скрытые взаимосвязи, добавляет Байбаков.

Иван Вахмянин, генеральный директор компании Visiology, полагает, что первая шумиха уже прошла, и сейчас происходит накопление реального опыта, как у заказчиков, так и у исполнителей.

Тренды российского и мирового рынка Big Data.

Основная тенденция российского рынка Big Data — проникновение технологий больших данных в те области, в которых раньше их было сложно представить.

Если ранее огромное число сегментов, например, производство, не так активно уделяло внимание технологиям работы с большими данными, то сейчас возможность собрать информацию со всех датчиков и другого оборудования завода дает гигантские возможности.

По мнению Константина Черноусова, заместителя генерального директора Vesolv, общий тренд заключается в том, что все хотят использовать Big Data, поскольку анализ больших данных повышает эффективность и конкурентоспособность компании. И одним из движимых фактов является, как ни странно, появляющиеся опасения от того, что конкурент начал извлекать выгоду, используя новую технологию.

Если говорить о мировых трендах, то в первую очередь можно говорить о тренде переноса инфраструктуры Big Data в облако, считает Иван Вахмянин, генеральный директор компании Visiology.

Второй тренд, по его словам, - это потоковая (streaming) аналитика, которая позволяет анализировать поступающие данные в реальном масштабе времени. Эта возможность особенно важна для приложений, построенных поверх данных, собираемых с датчиков (IoT, PoT).

Павел Адылин из Artezio, добавляет, что для мирового рынка характерно разделение направления Big Data, которое у нас пока понимают в общем виде, на множество самостоятельных направлений, решающих более узкие специфические задачи.

Например, по его данным, можно выделить: программно-аппаратные средства обеспечения хранения больших данных, средства параллельной обработки данных, средства фильтрации данных и построения моделей, средства визуализации данных и их взаимосвязи, средства работы с изображениями, машинное обучение, интеллектуальные интерфейсы, автоматизация умственного труда.

С таким разделением также связано появление готовых отраслевых решений для малого и среднего бизнеса, работающих как автономные приложения, так и по моделям SaaS или BaaS (Big Data as Service).

Барьеры российского рынка Big Data.

Одна из главных проблем рынка Big Data в России - трудности с поиском квалифицированных специалистов.

По мнению Ивана Вахмянина из Visiology, дефицит таких кадров наблюдается не только потому, что они должны обладать довольно сложным набором навыков и компетенций, но и потому что сегодня мало кто понимает, как их готовить, оценивать и правильно организовывать их работу.

Константин Черноусов, заместитель генерального директора Vesolv, рассказывает, что сейчас постепенно входит в обиход такая профессия как Data Scientist. Она довольно редкая, но спрос на нее уже колоссальный: на одно резюме такого специалиста приходится порядка 50 запросов на работу.

В России таких специалистов, которые расскажут руководству о возможностях анализа с использованием Big Data, посчитают бюджет и реализуют проект, мало, и увеличить их количество быстро не получится, поскольку отсутствуют не просто курсы, а даже материалы на русском языке, - отмечает Черноусов.

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Определение больших данных, ключевые характеристики.
2. Примеры задач больших данных.
3. Основные виды данных.
4. Дать краткую сравнительную характеристику инструментария ПО для анализа данных.
5. Охарактеризовать конструкции языка R Перечислить типы языка R, привести примеры.
6. Роль аналитика по данным (Data Scientist).
7. Ключевые компетенции аналитика.
8. Отличия BI от Data Science.
9. «Жизненный цикл» проекта по аналитике больших данных.
10. Типовая архитектура проекта в области больших данных.
11. Перечислить используемые технологии, указать степень вовлеченности каждой из технологий на каждом этапе работы над проектом.
12. Что такое Data Mining?
13. Основные задачи и методы Data Mining.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Аналитика в больших данных

Тема 2.2. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы прогнозирования

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1     | Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2     | Методы прогнозирования.   | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>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. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы прогнозирования

Текст лекции.

Предиктивная аналитика: 3 метода и системы  
3 КИТА ПРЕДИКТИВНОЙ АНАЛИТИКИ

*Предиктивная аналитика (от английского "predictive analytics") - это предсказательная или прогнозная аналитика.*

Если разбираться глубже, то это совокупность методов анализа данных с их интерпретацией, которая помогает на основе прошлых событий принять с большой точностью верное решение в будущем.

Происходит это за счет нахождения параметров среди данных, которые влияют на другие. Далее определяется степень влияния, и происходит магия: Вы получаете картину того, как изменится Ваш бизнес, если какой-то параметр изменит свое значение.

История данной методики берет свое начало с 40-х годов прошлого столетия, когда команда под руководством Алана Тьюринга пытались взломать шифровальную машину Фашистской Германии "Энигма".

Сложность данной операции заключалась в том, что алгоритм Энигмы менялся каждые 24 часа, и его не успевали взламывать

Алан Тьюринг, британский математик, изобретатель вычислительной "Машины Тьюринга" предположил, что в любом случае есть какая-либо корреляция между символами, осталось лишь ее вычислить. Но для этого требовалось хоть что-то, что есть в каждом зашифрованном сообщении.

Немцев подвела их идеология - в каждом их сообщении была ритуальная для них фраза "Да здравствует Гитлер".

Вычислив алгоритм составления этой фразы, а именно, соответствие зашифрованных символов символам из реальной фразы, команде тьюринга удалось разгадать "Код Энигмы". Кстати, считается, что как раз это и позволило значительно сократить Вторую мировую войну.

P.S. На эту тему снят потрясающий, на мой взгляд, фильм "Игра в имитацию" 2014 года.

Ну и после этот метод предиктивной аналитики начал успешно применяться и в других вычислительных задачах, что позволило родиться тому, на основе чего я написал эту статью.

### ***Зачем нужна бизнесу***

Предикативная аналитика дает преимущество перед Вашими конкурентами. Представьте, что Вы всегда владеете прогнозной информацией, знаете, что будет с бизнесом завтра, и какое решение более оптимальное в этой ситуации.

*Важно. Сразу хочу извиниться перед математиками: это статья будет написана простыми словами, и для лучшего понимания, термины могут быть заменены на человеческие понятия, а принципы описаны ненаучно.*

А теперь ответьте себе на один вопрос, только честно: "На основе чего Вы приняли последнее решение в Вашем бизнесе?" Ответили?

Наверняка что-то из разряда: "у меня большой опыт", "раньше всегда так принимались решения", "мне посоветовал мой [маркетолог](#), жена, брат, сват" и т.д. И вполне вероятно, что это решение было верное, но случайное.

А теперь я Вам расскажу, как бы Вы его принимали, опираясь на предиктивную аналитику. Только учтите, что это лишь малая часть способов её применения.



## Предсказательная аналитика в разных сферах бизнеса

Кстати. Для поиска конкурентов рекомендую следующие сервисы: [Livedune](#) (по промокоду "INSCALE" скидка 30% + 7 дней доступа), [Spywords](#) (по промокоду INS\_613070 скидка 10%), [Keyso](#). Они точно помогут Вам держать руку на пульсе.

### 1. Оптимизация в ритейле и FMCG

В них это работает следующим образом: если Вы знаете, какие продукты пользуются спросом у покупателей, можно решить сразу несколько задач: каких товаров и сколько должно быть постоянно в Вашем магазине (интернет-магазине), что предложить покупателю вдобавок к его покупке, какую цену оптимально установить на определенный товар.

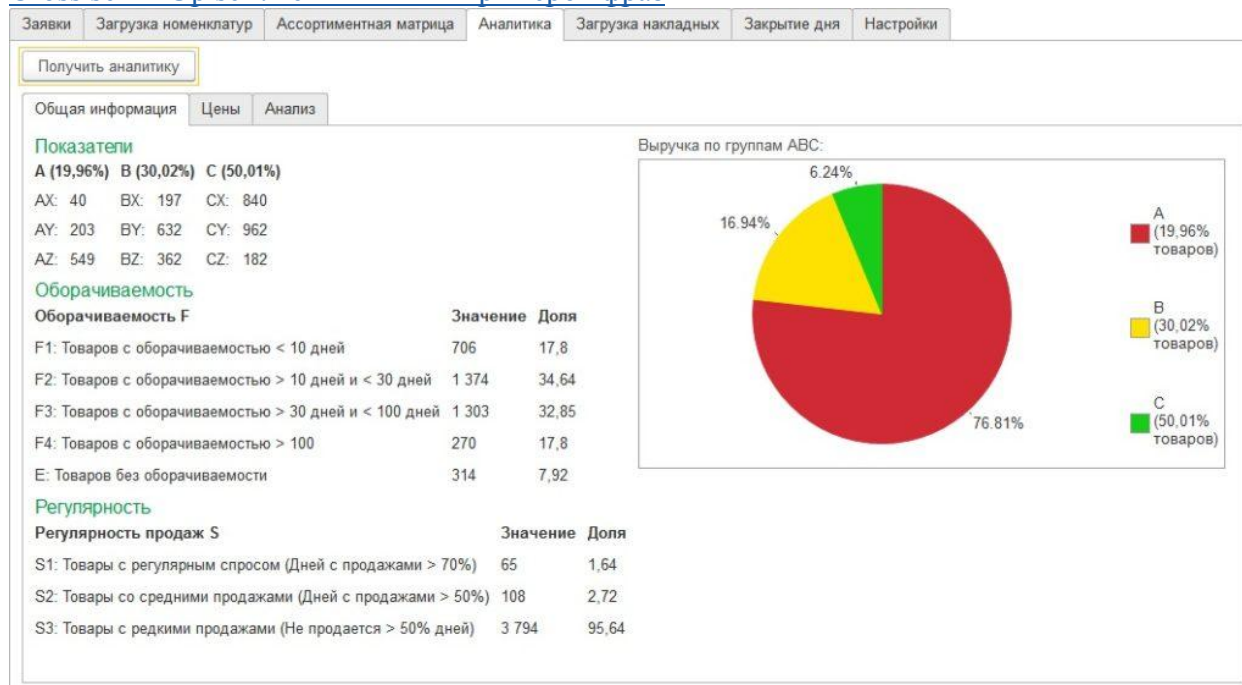
#### Пример:

Вы владелец интернет-магазина одежды. У Вас есть информация, что 80% клиентов мужского пола вместе с пиджаком покупают еще и рубашку.

Так вот, зная это, Вы сможете предлагать всем мужчинам, которые заказали только пиджак, заказать еще и рубашку. Наверняка многие согласятся, т.к. статистика не врет. Тем самым Вы [повысите средний чек](#) заказа.

#### По теме:

#### [Cross sell и Up sell: техники + 12 примеров фраз](#)



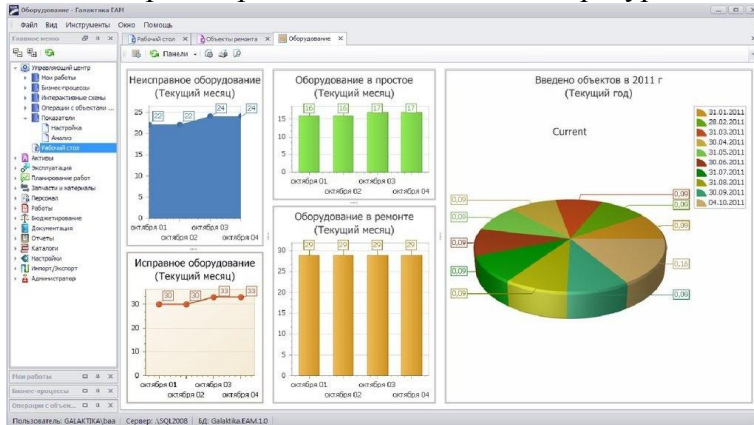
#### Анализ ассортимента и его прогноз

### 2. Оптимизация производства

Если Вы собираете информацию о параметрах, влияющих на работу оборудования, а не надеетесь только на инструкцию по эксплуатации, то намного проще предотвратить его поломки и провести необходимое обслуживание.

### Пример:

У Вас своя конвейерная линия, и уже не раз случалось, что при повышенных температурах воздуха оборудование выходит из строя. Зная это и прогноз погоды на ближайшее время, Вы сможете предотвратить повышение температуры в цеху, тем самым избежите простоя.



Статистика работы оборудования

### 3. Обнаружение мошенничества

Если у Вас есть статистика по недобросовестным клиентам, например, по их полу, возрасту, профессии и другим признакам, то Вы сможете их отсеивать еще на стадии [анкетирования](#).

### Пример:

Вы занимаетесь банковскими услугами, и у Вас есть собранная информация о том, что клиенты от 18 до 21 года, а также судимые чаще всего не производят выплаты по кредитам. Зная это, Вы можете не сотрудничать с клиентами из этих [сегментов](#).



Статистика мошенничества

### 4. Управление рисками

Если в Вашем бизнесе есть риск, то с помощью прогнозного анализа прошлых негативных событий можно влиять на их предотвращение в будущем или же лучше страховать от них.

### Пример:

Вы занимаетесь страхованием здоровья, и у Вас есть статистика, что у людей из промышленных профессий риск травм выше, чем у менеджеров.

Соответственно, чтобы компенсировать риски от страхования людей с пром.предприятий, Вы запросите у них бОльшую страховую сумму и будете стараться диверсифицироваться путем страхования менеджеров.



Минимизация рисков

## 5. Маркетинговый и клиентский анализ

Если Вы собираете информацию о Ваших клиентах, их поведении, величине и частоте покупок, Вы сможете смоделировать будущее поведение клиентов.

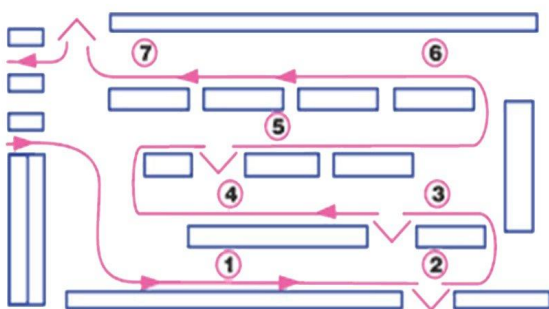
Зачем это нужно? Как минимум, для понимания людей, а в идеале для улучшения [клиентского сервиса](#) на каждом этапе взаимодействия клиента с Вашим бизнесом.

### Пример:

Вы владелец кинотеатра. Благодаря системам видеонаблюдения получили среднестатистический путь зрителя: он открывает дверь, отряхивает ноги, проходит к кассе, покупает билет, проходит в гардероб, посещает туалет и ждет открытия дверей в кинозал.

Уже только в этих местах Вы можете организовать дополнительные рекламные размещения.

Также можно сделать посещение кинотеатра удобнее: поставить самооткрывающиеся двери, положить дополнительный коврик при входе, организовать автоматическую систему покупки билетов, увеличить количество работников гардероба и т.д.



Путь клиента

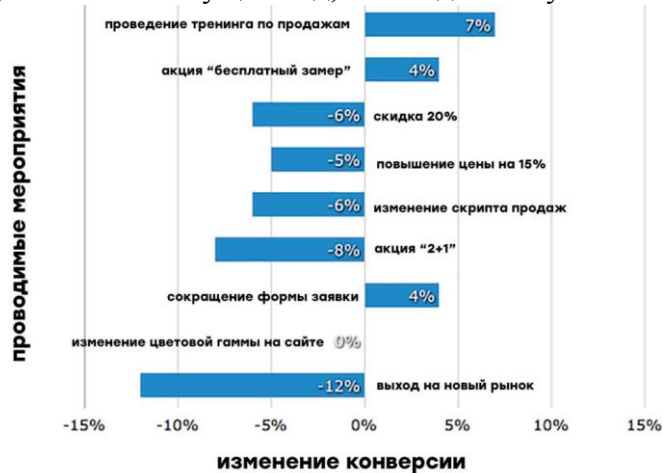
## 6. Продажи

Благодаря аналитике в продажах, Вы сможете точно знать, какие показатели непосредственно влияют на выручку и прибыльность бизнеса, а какие косвенно.

### Пример:



Вы сможете посмотреть на статистику прошлого года по [конверсии](#) из заявок в продажи и оценить, что повлияло на неё положительно, а что отрицательно. После чего составите план действий на текущий год, чтобы достигнуть поставленных целей.



Анализ конверсии

### 7. Работа с персоналом

Ведение учета причин добровольных увольнений и фиксация их зависимости от срока работы поможет снизить текучку кадров, повысить лояльность Ваших сотрудников или хотя бы будете готовы к их уходу.

#### Пример:

Вы заметили, что персонал, который проработал в компании 2 года на одной должности, увольняется по причине того, что им становится неинтересно. С этой информацией Вы сможете периодически устраивать ротацию в коллективе или хотя бы заблаговременно подготовить замену этому сотруднику.

АНАЛИЗ ПРИЧИН УВОЛЬНЕНИЙ



### Причины увольнений

#### 3 кита предиктивной аналитики

Аналитика в целом (и прогнозная в частности) предполагает работу с данными. Там где их нет - нечего анализировать, и нет почвы для выводов. Поэтому, когда Вы принимаете решение, не опираясь на информацию, Вы превращаетесь из предпринимателя в гадалку. Не надо так! А теперь к китам.



## Основные компоненты

### Кит 1. Сбор данных

Чтобы работать с информацией, её нужно собрать - все логично. Но какие собирать и как? На эти вопросы нет правильных ответов. Для каждого бизнеса необходимы данные и методы. Поэтому здесь работает правило: чем больше, тем лучше. Но все же перечислю основные:

1. **Количественные показатели.** Сколько клиентов привлекли, сколько сообщений написали, сколько продукта продали и т.д.;
2. **Экономические показатели.** Сколько денег заработали и потратили, какая маржинальность, прибыльность и т.д.;
3. **Внешние факторы.** Уровень конкуренции, [стратегии конкурентов](#), экономическая и политическая ситуация и т.д.;
4. **Внутренние факторы.** Загруженность персонала, уровень квалификации кадров, факторы влияющие на производство;
5. **Временные показатели.** Какое время затрачивается на одну сделку, как часто они повторяются;
6. **Конверсионные показатели.** Какой процент клиентов перешли из одного этапа воронки продаж в другой;
7. **Клиентский путь.** Откуда к Вам [пришел клиент](#), как о Вас узнал, какой путь преодолел, как себя вел и т.д.;
8. **Клиентские показатели.** Пол, возраст, профессия, семейное положение, уровень достатка, где живет, его потребности и т.д.

И далее, далее, далее...Продолжать можно бесконечно. В оффлайне это датчики движения и сбора информации, wi-fi мониторы, системы умного видеонаблюдения, кассовые аппараты и товароучетные системы.

Тем, кто в танке и все ведет в книгах учета, на листочках и тетрадях - не позавидуешь. В этом случае сбор данных ограничивается наблюдением, проведением опросов и подобными инструментами. И если Вы сейчас подумали "о, у меня так", то просыпайтесь скорей и вступайте в эру информационных технологий.

### Кит 2. Исследовательский анализ

Здесь начинается работа с данными. На этом этапе нужно из их совокупности найти ранее неизвестные, непонятные сведения. А также и полезные практические интерпретации собранных знаний, которые необходимы для принятия обоснованных решений.

Это понятие называют "data mining" - обнаружение знаний в данных. Основу их составляют различные методы классификации, моделирования, а также статистические методы. Об основных я расскажу чуть ниже.

Скажу сразу, для проведения эффективного анализа необходима достаточно крупная база сведений. Так в этом случае работает закон больших чисел - чем больше, тем более объективными будут выводы. Исследовательский анализ информации решает задачи:

1. **Классификация.** Присвоение одного элемента к группе других по определенным параметрам;
2. **Регрессия.** Выявление зависимости результатов от исходных данных;
3. **Кластеризация.** Объединение объектов в группы по различным параметрам;
4. **Ассоциация.** Определение закономерностей между событиями;
5. **Последовательная ассоциация.** Определение, через какое время после одного события случится другое;
6. **Анализ отклонений.** Определение некоторого количества исключений из правил.

### Кит 3. Предиктивное моделирование

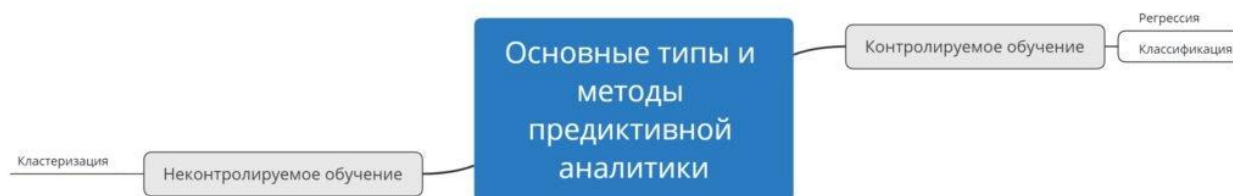
То, ради чего и нужна система предсказательной аналитики - создание высокоточных прогнозов. После предыдущих этапов у Вас есть массив данных, нам нужны их интерпретации. То есть различные классы, кластеры, зависимости, ассоциации и отклонения от нормы. На этом этапе Вам необходимо:

1. **Поставить задачу перед аналитикой.** Прогноз того, что Вы хотите получить и на какой промежуток времени, или время до определенного события. Это может быть прогноз прибыли на год, спроса на рынке в августе, или сколько еще проработает Ваш станок;
2. **Выбрать математическую или статистическую модель.** Она и сделает этот прогноз. Если проще, то принять во внимание множество факторов, которые влияют на заданный прогноз, распределить их удельный вес в конечном результате и ввести исходные сведения.

#### Основные типы и их методы

В основе предиктивной аналитики лежат статистические методы. Также важно понимать, что её система тесно связана с [big data](#) и искусственным интеллектом, поэтому основана на машинном обучении. Теперь к делу.

Типов ПА всего существует не 2, но я расскажу именно об этих, потому что они точно помогут Вам в бизнесе.



#### Основные типы и методы

##### Тип 1. Контролируемое обучение

Или обучение с учителем, подразумевает под собой построение (обучение) модели по исходным данным и выходящим результатам. То есть в построении модели известны и параметры события, и результат, на который они влияют.

Например, если мы знаем, что на выручку влияет число покупок и средний чек, а нам необходимо узнать, каким образом влияет тот или иной параметр на её размер, то мы прибегнем к контролируемому обучению. Оно включает два ключевых метода предиктивной аналитики:

##### 1.1. Регрессия

Это самый популярный метод. Применяется для получения количественных ответов или числовой ценности. Например, для расчета выручки по конкретным параметрам. При регрессии используется:

- **Числовая переменная ответа.** То, что пытаются предсказать;
- **Предикторы.** Параметры, которые влияют на ответ.

Взаимосвязь между параметрами и результатом и есть предиктивная модель. Кстати, помимо взаимозависимости рассчитывается и вес каждого параметра - то, в какой степени каждый из параметров влияет на конечный результат.

#### Пример

Чтобы было понятнее, вернемся к той же выручке. У нас есть показатели выручки, среднего чека и количества клиентов за три месяца:

| Месяц | Количество клиентов | Средний чек | Выручка |
|-------|---------------------|-------------|---------|
| 1     | 10                  | 3 000       | 30 000  |
| 2     | 11                  | 3 000       | 33 000  |
| 3     | 10                  | 3 300       | 33 000  |

Из этих данных видно, что зависимость выручки от количества клиентов и среднего чека прямая пропорциональная.

*Выручка = Количество клиентов \* Средний чек.*

Зная эту формулу, Вы сможете прогнозировать выручку и влиять на нее, сосредотачивая усилия на росте предикторов. Ну или же понять, сколько Вам необходимо привлечь клиентов и при каком среднем чеке, чтобы получить желаемую выручку.

Это выглядит просто, когда Вы знаете зависимость. Но даже если в этом уравнении разложить, из чего складывается количество клиентов, и какой параметр в какой степени влияет на этот показатель, то получится большая и достаточно сложная цепочка.

### **1.2. Классификация**

Этот метод связан с причислением объекта к какому-либо классу по определенным параметрам. Его задача определить, к какому именно.

Работает это так: в базу данных загружаются все известные переменные объектов, например, по каждому человеку загружают пол, возраст, профессию и уровень дохода. Далее алгоритм вычисляет зависимость одного от другого и предсказывает неизвестный параметр объекта по известным. Обычно в бизнесе этот метод применяется для различных сегментаций.

#### Пример

Вы занимаетесь оптовой торговлей одежды, и размер скидок зависит от объема закупок товара. Первый способ определить уровень скидки новому клиенту - поработать с ним определенное время.

Если же Вы используете классификационный метод, то имея инфу о прошлых клиентах, например, о местоположении, об ассортименте, Вы можете рассчитать влияние параметров на объем закупок Вашей продукции.

Вывод: зная это, Вы сможете предугадать, какой объем закупок следует ожидать от нового клиента. Ну и не стоит забывать, что чем больше у Вас данных, тем более точными будут прогнозы.

*Кстати. Если Вам нужна детальная аналитика, то рекомендую сервисы: [Roistat](#) (по промокоду "INSCALE1120" + 7500 руб. на баланс сервиса для тестирования) или же [Callibri](#) (по промокоду "76С6IMERUQ" + 500 руб.).*

## 2. Неконтролируемое обучение

В этом типе предиктивное моделирование происходит только по входящим данным без привязки к ответу. Ответ подбирается автоматически в процессе обучения. Это требуется для поиска и анализа скрытых закономерностей внутри сведений о которых ранее было неизвестно. Основной метод - кластеризация.

### 2.1. Кластеризация

К этому методу прогностической аналитики относятся задачи:

1. Проектирование типологии и классификации;
2. Анализ эффективных схем группировки данных;
3. Рождение гипотез на основе исследований;
4. Проверка гипотез принадлежности одного объекта к проверяемой группе.

Для бизнеса она полезна тем, что на основе кластерного анализа можно более четко представлять взаимосвязи и зависимости. Помимо этого, он помогает выявлять отклонения и новые тенденции.

#### Пример

Возьмем тот же пример, что и в классификационном методе. Только если там нам и нашей модели уже известна зависимость объема закупок от параметров (местоположение, рекламные вложения и ассортимент), то в этом случае мы их не знаем.

Так вот, мы загружаем данные о наших клиентах и алгоритм определяет, есть ли взаимозависимость между ними, и если есть, то какая.

## Инструменты предиктивной аналитики

Есть много инструментов и программных продуктов. Они отличаются между собой функциональностью и удобством пользования. Некоторые из них нужны для создания предиктивных моделей, некоторые для их интерпретации, а самые продвинутые - для того и другого. При выборе инструмента обратите внимание на:

1. **Поддержка полного цикла аналитики.** От исследования данных до создания моделей и оценки их эффективности;
2. **Интеграция знаний.** Знания, полученные в процессе аналитики, должны интегрироваться в другие сферы бизнеса;
3. **Поддержка интеграции.** Она необходима с различными источниками получения и обработки данных;
4. **Удобство пользования.** Программа должна быть понятна для разных типов пользователей: от статистиков до менеджеров;
5. **Адаптивность к работе.** Работоспособность с минимальным вмешательством программистов и технических специалистов.

Так вот, в результате функционирования таких систем, управляющие специалисты могут своевременно формировать гипотезы и проверять их, принимать точные и обоснованные решения.

**Язык программирования R.** Фаворит рынка, это связано с тем, что в процессе обучения специалистов подобного профиля задействован именно этот язык программирования.

#### Преимущества:

1. Открытый исходный код;
2. Расширяемая аналитическая среда;
3. Возможность визуализации представления данных;
4. Большое сообщество пользователей;
5. Разрабатывался статистиками для статистиков.

#### Цена: Бесплатно.

**Язык программирования Python.** Набирает популярность. Основная идея: хороший язык программирования - простой и доступный.

#### Преимущества:

1. Простой и интуитивно-понятный;

2. Встроен инструмент для тестирования;
3. Многоцелевой язык.

Цена: Бесплатно.

**RapidMiner.** Среда для прогнозной аналитики, которая поддерживает все этапы анализа, проверки, визуализацию и оптимизацию данных.

Преимущества:

1. Не нужно знать программирование, метод визуального программирования;
2. Расширяемая система, поддержка языка R;
3. Возможность оценки тональности текста;
4. Сообщество пользователей и поддержка новичков.

Цена: Бесплатно.

**Knime.** Система для анализа данных, которая даже в базовом функционале имеет мощные инструменты.

Преимущества:

1. Широкие возможности анализа текста;
2. Возможность веб-анализа, анализа изображений и социальных сетей;
3. Интуитивно-понятный интерфейс без необходимости программирования.

Цена: Бесплатно.

**IBM SPSS Modeler.** Низкая требовательность к новичкам, благодаря автоматическому подбору необходимой статистической модели.

Преимущества:

1. Автоматическое моделирование и выбор наиболее эффективное модели;
2. Геопространственная аналитика;
3. Поддержка технологий с открытым исходным кодом (R, Python);
4. Аналитика текста.

Цена: От 80\$.

**IBM Watson Analytics.** Один из наиболее мощных инструментов для предиктивной аналитики и анализа больших данных.

Преимущества:

1. Возможность работы в облаке;
2. Расширенные возможности визуализации;
3. Интуитивно-понятный интерфейс без необходимости программирования;
4. Быстрота обработки данных.

Цена: От 250\$.

**SAS Enterprise Miner.** Система разработанная для проектирования точных предсказательных и описательных моделей на основе big-data.

Преимущества:

1. Клиент-серверное решение - позволяет оптимизировать процессы аналитики;
2. Нет необходимости в программировании;
3. Продвинутый скоринг - применение модели к новым данным;
4. Самодокументируемая проектная среда.

Цена: От 160\$.

**SAP BusinessObjects Predictive Analytics.** SAP в 2015 году был награжден статусом лидера рынка в предсказательной аналитики.

Преимущества:

1. Большая автоматизированность, легкость в переобучении модели;
2. Расширенные возможности визуализации;
3. Возможность расширения языком R.

Цена: От 200\$.

**Oracle Big Data Preparation.** Благодаря интуитивному и интерактивному интерфейсу привлекает пользователей без навыков программирования.

Преимущества:

1. Работа в облаке;
2. Простота использования;
3. Широкие возможности интеграции с другими облачными сервисами.

Цена: От 150\$.

### ***Коротко о главном***

Итак, предиктивная аналитика — это область знаний, позволяющая принимать взвешенные решения, готовиться к непредвиденным ситуациям и предусматривать всевозможные чрезвычайные происшествия.

Благодаря ПА Вы подготовитесь к непредвиденным ситуациям и повысите эффективность Вашего бизнеса в целом.

Но это не фундамент для бизнеса, а инструмент, повышающий эффективность предприятия. Поэтому большую пользу он принесет уже устоявшейся компании, у которой налажены основные бизнес-процессы и сбор данных.

ПА сложный и ресурсоемкий процесс, требующий высокой квалификации как в статистике, так и в работе с информацией.

*Источник:* <https://in-scale.ru/blog/prediktivnaya-analitika/?ysclid=lh2dh8te6i494714169>

### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Этапы интеллектуального анализа данных.
2. Методы интеллектуального анализа данных.
3. Что такое ИИ? Декатлон?
4. Роль гипотез в процессе познания.
5. Какие факторы используются для уточнения гипотез?
6. Основные понятия статистики и дескриптивный анализ
7. Шкалы измерений.
8. Генеральная совокупность и выборка.

**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. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных

Тема 1.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                     | Методы и средства обучения                        |
|-------|---|---|
| 1.    | Статистический подход к анализу данных. | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Точечное и интервальное оценивание..    | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3.    | Регрессионный, корреляционный анализ    | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>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. Нормальное распределение.
2. Уровень статистической достоверности.
3. Корреляция и регрессионный анализ.
4. Коэффициент корреляции.
5. Графическое представление.



## 6. Постановка задачи регрессионного анализа.

### 1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

#### 2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных

Тема 1.2. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению

#### 3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

#### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения                     |
|-------|---|--|
| 1.1.  | Терминология, история появления. Распределенная файловая система HDFS. Базовая идея модели. | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 1.2.  | Технические сложности работы с большими данными.  | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 1.3.  | Большие данные (big data) в информационных технологиях.                                     | 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. Пояснить термин "Линейная регрессия".
2. Привести примеры использования регрессионного анализа.
3. Классификация и кластеризация – суть и назначение.
4. Метрики.
5. Постановка задачи кластеризации.
6. Методы кластеризации на графах.
7. Отличие от задачи классификации.

#### **ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1**

##### **Форма практического задания: расчётно-практическое задание**

Примеры РГЗ – к темам раздела 1.:РГЗ на анализ данных

Подобрать данные для таблицы, приведенной ниже и проанализировать их взаимное влияние, отобразить корреляцию:

а. Роста ВВП на прирост населения

- b. Прироста населения на динамику безработицы
- c. Прирост людей с высшим образованием на рост промышленного производства
- d. Прирост людей с высшим образованием на развитие науки
- e. Прирост людей с высшим образованием на динамику доходов на душу населения
- f. Динамику безработицы на динамику преступности
- g. С помощью регрессионного анализа найдите зависимые переменные и поясните влияние на них независимых переменных.
- h. С помощью функции `predict()` (см. лекции и `help()`) постройте прогноз по столбцу, соответствующему варианту.

### ***Методические материалы по выполнению практического задания***

Отчет по выполнению РГЗ должен содержать:

- 2. постановку задачи;
- 3. сформированный набор данных;
- 4. тексты скриптов на языке R;
- 5. результаты тестов на проверку гипотез о корреляции, оценка регрессии, вычисление корреляции в текстовом и графическом виде.
- 6. ясное и подробное пояснение каждого результата, словесную трактовку графиков;
- 7. выводы;
- 8. список использованной литературы.

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

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

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

#### ***Критерии оценки практического задания:***

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия,

имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

***Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):***

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – реферат.**

**Темы реферата (эссе):**

Большие данные как инструмент преобразований в туристической отрасли

Аналитика в туризме: большие данные для больших решений

Big data: как технологии помогают туристам с выбором отелей и снижают затраты в путешествии

Научно-аналитическое обоснование выбора организационно-управленческих инноваций с помощью аналитики больших данных

Развитие внутреннего туризма с помощью big data (например с позиции оператора связи)

«Большие данные» помогут лучше изучить туристов: суть, примеры

**Темы реферата (эссе):**

С помощью аналитики больших данных в туристической сфере возможно принятие каких стратегических решений? Алгоритм использования

Аналитика больших данных на туристическом рынке, переживающая бум из-за растущих требований и огромных возможностей, 2023-2029

Big Data: преимущества анализа информации в тревел-индустрии (минимум четыре)

***Методические рекомендации см. раздел 2***

## ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Аналитика в больших данных

Тема 2.1. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных. Научные проблемы в области больших данных

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                       | Методы и средства обучения                        |
|-------|---|---|
| 1     | Процесс анализа больших данных.           | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2     | Технологии анализа больших данных.        | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3     | Научные проблемы в области больших данных | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>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. Привести примеры использования алгоритмов кластеризации.
2. Парадигма Map Reduce. Описать принцип работы. Нарисовать схему. Перечислить слабые и сильные стороны. Обозначить области применимости. Привести примеры использования.
3. Визуализация. Дать определение визуализации. Показать важность визуализации в аналитике больших данных. Привести примеры и инструменты для визуализации.
4. Научные проблемы больших данных.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 2. Аналитика в больших данных

Тема 2.2. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы прогнозирования

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о современных проблемах анализа и обработки больших данных;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей прикладных задач анализа больших данных с применением моделей Data Mining.

#### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения                        |
|-------|---|---|
| 1     | Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2     | Методы прогнозирования.   | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>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. Показать значимость научных проблем, актуальность, связь с областями математики и инженерии.
2. OLAP и OLTP системы. Разница.
3. Репликация и шардинг.
4. Требования ACID. CAP-теорема, BASE архитектура
5. NoSql. Классификация NoSql хранилищ. Их особенности. Примеры распределенных хранилищ

#### **ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2**

##### **Форма практического задания: расчётно-практическое задание**

##### **Пример РПЗ к темам раздела 2: «Методы сбора открытых данных из сети интернет»**

Цель: получить навыки применения различных методов и инструментов для сбора открытых данных из сети интернет.

Порядок выполнения:

1. Сбор данных с использованием API  
Осуществить сбор данных с любого сайта, предоставляющего API-интерфейс.  
Проанализировать состав данных, которые могут быть получены с помощью данного API интерфейса.
2. Сбор данных без использования API

Осуществить сбор данных с любого сайта, непредоставляющего API-интерфейс, с помощью инструментов парсинга сайтов.

Проанализировать возможные варианты использования полученной информации

### ***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 условиями выполнения практического 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.

### ***Критерии оценки практического задания:***

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

### ***Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):***

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:**

**Форма рубежного контроля – презентация и защита реферата (эссе).**

### **Темы рефератов:**

Темы реферата (эссе):

Туристический барометр: как данные помогут развивать туризм

Может ли big data привлечь деньги в регион и как заставить данные работать

Методы аналитики больших данных - Методы, используемые в индустрии гостеприимства

Темы реферата (эссе):

Машинное обучение какие задачи решает в индустрии туризма: бизнес, потребитель, государство

Туризм и Big Data : зачем городу аналитика больших данных

«Цифровая модель региона»: инновация по средствам Big Data

Темы реферата (эссе):

data scientist-ы: содержание категории, примеры в индустрии туризма (минимум 10, описание, характеристика)

Применение маркетинга больших данных в индустрии туризма

Как Big Data помогает победить пробки и развивать туризм в регионах

*Методические рекомендации см. раздел 2*

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Раздел 1. Определение больших данных. Хранение, анализ больших данных

Тема 1.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика

Иллюстрации:

Классификация статистических данных по различным критериям

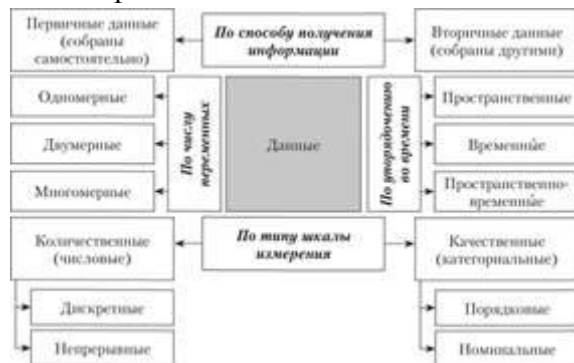


Рис. 1.1. Классификация статистических данных по различным критериям

Источник:

[https://studme.org/93299/statistika/predvaritelnyy\\_analiz\\_dannyh\\_opisatel'naya\\_statistika?ysclid=lh2cvh0bj9302991801](https://studme.org/93299/statistika/predvaritelnyy_analiz_dannyh_opisatel'naya_statistika?ysclid=lh2cvh0bj9302991801)

Тема 1.2. Большие данные (Big Data): современные подходы к обработке и хранению

Иллюстрации:

Разница подходов

| Традиционная аналитика   | Big data аналитика  |
|--|---|
| Постепенный анализ небольших пакетов данных                            | Обработка сразу всего массива доступных данных                            |
| Редакция и сортировка данных перед обработкой                          | Данные обрабатываются в их исходном виде                                  |
| Старт с гипотезы и ее тестирования относительно данных                 | Поиск корреляций по всем данным до получения искомой информации           |
| Данные собираются, обрабатываются, хранятся и лишь затем анализируются | Анализ и обработка больших данных в реальном времени, по мере поступления |

Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>

| Функция   | Задача   |
|---|--|
| Big Data — собственно массивы необработанных данных   | Хранение и управление большими объемами постоянно обновляющейся информации                                       |
| Data mining — процесс обработки и структуризации данных, этап аналитики для выявления закономерностей | Структурирование разнообразных сведений, поиск скрытых и неочевидных связей для приведения к единому знаменателю |
| Machine learning — процесс машинного обучения на основе обнаруженных связей в процессе анализа        | Аналитика и прогнозирование на основе обработанной и структурированной информации                                |

Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>



| Драйверы   | Ограничители   |
|--|--|
| Высокий спрос на Big Data для повышения конкурентоспособности с помощью возможностей технологий  | Необходимость обеспечивать безопасность и конфиденциальность данных                                      |
| Развитие методов обработки медиафайлов на мировом уровне   | Нехватка квалифицированных кадров  |
| Реализация отраслевого плана по импортозамещению программного обеспечения  | В большинстве российских компаний объем накопленных информационных ресурсов не достигает уровня Big Data |
| Тренд на использование услуг российских провайдеров и системных интеграторов   | Новые технологии сложно внедрять в устоявшиеся информационные системы компаний                           |
| Создание технопарков, которые способствуют развитию информационных технологий  | Высокая стоимость технологий   |
| Государственная программа по внедрению грид-систем — виртуальных суперкомпьютеров, которые распространяются по кластерам и связываются сетью | Заморозка инвестиционных проектов в России и отток зарубежного капитала                                  |
| Перенос на территорию России серверов, которые обрабатывают персональную информацию  | Рост цен на импортную продукцию  |

Источник: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/?ysclid=lh2czu3rnn396286477>

## Раздел 2. Аналитика в больших данных

### Тема 2.1. Процесс анализа больших данных. Технологии анализа больших данных.

#### Научные проблемы в области больших данных

Иллюстрации:

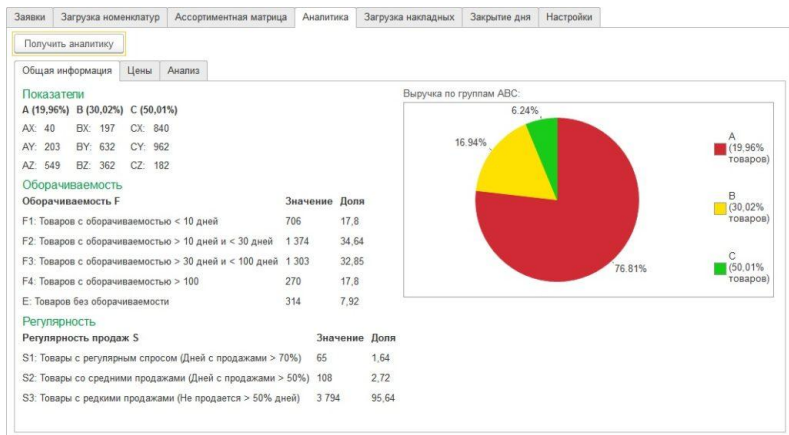
Нет иллюстраций

### Тема 2.2. Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах. Методы прогнозирования

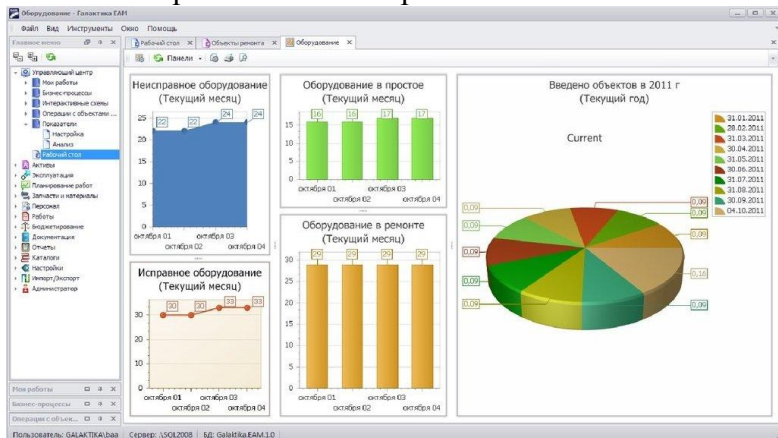
Иллюстрации:



Предсказательная аналитика в разных сферах бизнеса  
[Cross sell и Up sell: техники + 12 примеров фраз](#)



## Анализ ассортимента и его прогноз



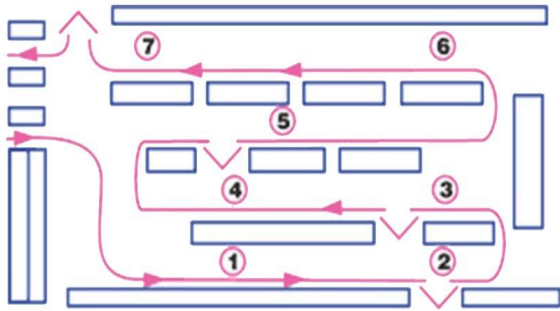
## Статистика работы оборудования



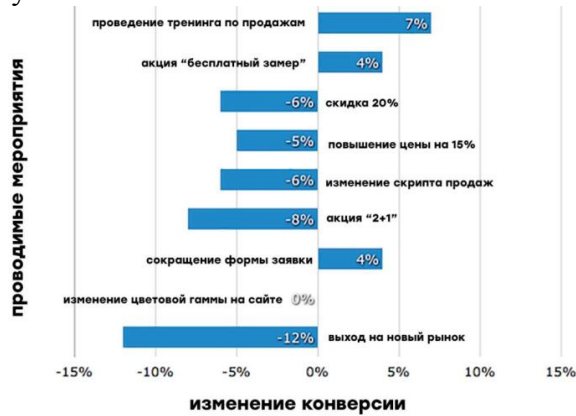
## Статистика мошенничества



## Минимизация рисков

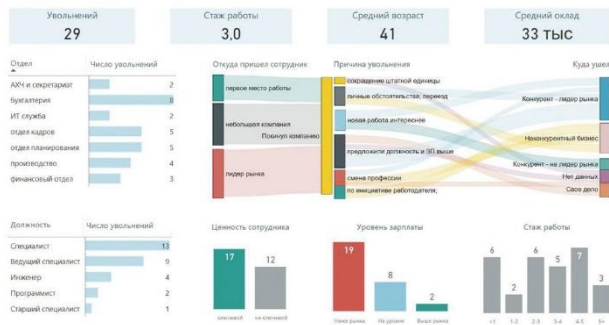


## Путь клиента



## Анализ конверсии

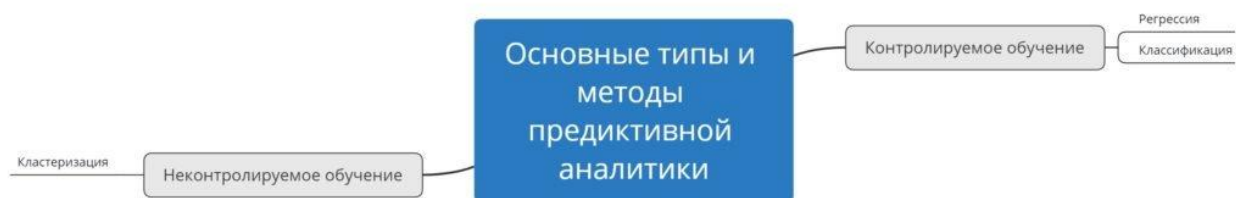
### АНАЛИЗ ПРИЧИН УВОЛЬНЕНИЙ



## Причины увольнений



## Основные компоненты



## Основные типы и методы

## 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 ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В  
ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

**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 государственно-частного партнерства в индустрии гостеприимства» 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 г № 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) .....   | 8  |
| 1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля) .....  | 12 |
| 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ .....  | 14 |
| 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). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю) .....   | 28 |
| КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 28 |
| Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) .....                             | 43 |
| КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 43 |
| Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....  | 52 |
| УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....   | 52 |
| ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ .....   | 54 |



# 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   |
|--|---|
| <b>Раздел 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук</b>   |   |
| <b>Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами</b> | Конкуренции. Основные принципы построения государственно-частного партнерства (ГЧП), наличие юридически оформленных соглашений между публичной и частной сторонами, распределение рисков и финансовой ответственности между сторонами, публичная, социальная направленность проекта, долгосрочность обеспечения и предоставления услуг. Формы государственно-частного партнерства в Российской Федерации: любые взаимовыгодные формы взаимодействия государства и бизнеса ;государственные контракты; арендные отношения; финансовую аренду (лизинг); государственно-частные предприятия; соглашения о разделе продукции (СРП); концессионные соглашения. Инструменты |

|   |  |
|---|--|
|   | <p>государственно-частного партнерства в Российской Федерации: Инвестиционный фонд Российской Федерации, концессия, национальные спортивные проекты, формирование интегрированных структур. Мировая практика сотрудничества государственной власти и частного бизнеса при реализации проектов ГЧП в спортивной индустрии по направлениям: развитие инфраструктуры спортивных организаций, развлекательная инфраструктура и спортивные сооружения, маркетинг и продвижение национальных спортивных проектов.</p>  |
| <p><b>Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства</b></p>                      | <p>Модели проектов с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса, основанные на концессионных соглашениях: BOT (Build - Operate - Transfer) – «Строительство – Управление – Передача». Концессионер строит объект и эксплуатирует в течение определенного времени, после чего передает государству. BTO (Build - Transfer - Operate) – «строительство – передача – управление». Концессионер строит объект и сразу после окончания строительства передает его в собственность государству, после чего он принимает данный объект в эксплуатацию. BOO (Build - Own - Operate) «строительство – владение – управление»: концессионер осуществляет строительство объекта, после чего получает данный объект в собственность с неограниченным сроком действия. BOOT (Build - Own - Operate - Transfer) «строительство – владение – управление – передача»: концессионер строит объект и владеет им в течение определенного срока, после чего права собственности на объект переходят государству. BBO (Buy - Build - Operate) «покупка – строительство – управление»: государство продает объект, а покупатель осуществляет восстановление или расширение существующего объекта. Модели проектов с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса наиболее широко распространены: BRT (Built, Rent, Transfer) «строительство - аренда - передача»; DFBOT (Design, Finance, Built, Operate, Transfer) «проектирование - финансирование - строительство - эксплуатация - передача»; BOLT (Built, Operate, Lease, Transfer) «строительство - управление - аренда - передача»; DBO (Design, Build, Operate) «проектирование - строительство эксплуатация»).</p> |
| <p><b>Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма</b></p>                                |  |
| <p><b>Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства</b></p> | <p>новации в спортивной индустрии. Особенности подготовки проектной документации. Инструменты управления инновационными проектами в спортивной индустрии. Классификация распределения рисков: ретроспективные, текущие, перспективные, политические, правовые, экономические, внешние, внутренние, чистые, динамические, производственные, общественные, коммерческие, финансовые, валютные, инвестиционные. Классификация распределения рисков между участниками</p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>проекта: риски, которые несет государство; риски, которые несет частный бизнес; совместное несение рисков. Риски между государством и частной стороной: риск преждевременного расторжения контракта управляется только созданием контрактной системы компенсационных выплат, которая может исключить необоснованный разрыв контракта; риски тарифного регулирования могут управляться путем включения в контракт системы расчета стоимости услуг и правил ее изменений и пересмотр.</p> <p>Управление рисками в проектах ГЧП заключается: в выявлении и описании рисков, присущих конкретному проекту; оценке рисков; распределении рисков между сторонами соглашения; предотвращении рисков и действиях по их минимизации; мониторинге рисков в течение всего срока реализации проекта. Подходы по снижению валютного риска: использование страховых продуктов или инструментов страхования, рост по привлечению финансирования в той валюте, где реализуется проект, использование государственных гарантий (обязательства в рамках соглашения, субординированный кредит от государства). Сбалансированное распределение рисков на основе матрицы распределения рисков между сторонами государственно-частного партнерства.</p>  |
| <p><b>Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма</b></p> | <p>Составляющие информационной политики. Положение об Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. Механизмы государственно-частного партнерства, муниципально-частного партнерства в ревитализации исторической среды. Концепция по развитию исторических поселений, поддержке и популяризации культурных и туристских возможностей, развитию экономики культурного наследия на период до 2030 года. Источники финансирования проектов ГЧП: средства бюджетов разных уровней; средства государственных предприятий и учреждений; средства отечественного частного сектора экономики; средства общественных и некоммерческих структур; кредитные ресурсы финансово-кредитных учреждений; миссия ценных бумаг совместных предприятий; средства зарубежных государственных и частных инвесторов; средства физических лиц и другие (международные финансовые организации). Определение механизмов финансирования проектов ГЧП в зависимости от источников: кредитный (с привлечение заемных средств); смешанный (с привлечением собственных средств двух или более партнеров); гибридный (сочетание собственных и заемными средств). Виды финансирования проектов ГЧП с участием частного и государственного партнерства: долговое финансирование (банковские кредиты, облигационные займы, финансовый лизинг и ипотечное кредитование), государственный бюджет и внебюджетные фонды (гранты, субсидии), долевое финансирование через</p> |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>участие в капитале (стратегические инвесторы, конвертируемые инструменты, LBO и MBO, прямые финансовые инвесторы, венчурные инвесторы, новые выпуски акций на публичном рынке). Особенность проектного финансирования с привлечением ГЧП в спортивной индустрии: финансирование проекта за счет собственных и привлеченных средств; предоставление прямых кредитов без права регрессии или с ограниченным правом напрямую организациям спортивной индустрии; обеспечение долгосрочными инвестициями для реализации проектов ГЧП в спортивной индустрии; страхование денежных потоков проекта. Окупаемость инвестиций для участников проектов по развитию спортивной индустрии с использованием государственно-частного партнерства. Инвестиционная потребность в финансировании инфраструктуры на долгосрочную перспективу. Перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в России (развитие спортивной индустрии, управление проектами в спортивной индустрии, механизм ГЧП). Прогноз объективных потребностей при инициации и реализации проектов ГЧП на федеральном, региональном и местном уровнях. Перспективы развития и применения механизмов государственно частного партнерства в управлении проектами: формирование и подготовка эффективных проектных команд (командообразование), в задачи которых входит компетентное сопровождение проекта ГЧП на всех стадиях: от определения концепции до непосредственной реализации.</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 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. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук**

##### **Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Рассмотреть понятие «государственно-частное партнерство».
2. Рассмотреть основные принципы построения государственно-частного партнерства – участие бизнеса в государственной собственности и исполнение функций, отношения между государственным и частным партнером.
3. Изучить инструменты государственно-частного партнерства, применяемые в Российской Федерации.

##### **Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Рассмотреть концессионные соглашения, особые экономические зоны, бюджетные инвестиции.



2. Изучить формы государственно-частного партнерства, применяемые в Российской Федерации.
3. Рассмотреть мировую практику сотрудничества государственной власти и частного бизнеса в проектном управлении.
4. Рассмотреть примеры сотрудничества государственной власти и частного бизнеса в проектном управлении по направлениям: инфраструктура индустрии туризма, инженерная инфраструктура и коммуникации.

## **РАЗДЕЛ 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма**

### **Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. 1. Инновации в спортивных проектах.
2. Классификация распределения рисков между участниками проекта государственно-частного партнерства.
3. Риски между государством и частной стороной в проектах с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса.

### **Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Управление рисками в проектах государственно-частного партнерства.
2. Подходы по снижению рисков проектов по развитию спортивной индустрии с использованием государственно-частного партнерства.
3. Сбалансированное распределение рисков. Матрица распределения рисков между сторонами государственно-частного партнерства.

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

#### **Раздел 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук**

##### **Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами**

#### **Иллюстрации:**



[https://i2.wp.com/images.myshared.ru/10/977155/slide\\_2.jpg](https://i2.wp.com/images.myshared.ru/10/977155/slide_2.jpg)



<https://images.golos.io/DQmZ3KPx42azoiAvwRZ2A4ueXKWRwbVe4ZpFiG74CJGCqd6/gchp.jpg>

## Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства

### Иллюстрации:



<https://image2.slideserve.com/3715297/slide25-l.jpg>



[https://sun9-3.userapi.com/impG/WafKsG9eOZcdugWq7kHxpt6f7hIP4q9wd4GbpG/-W6EPg6c-Lc.jpg?size=1023x708&quality=95&sign=95b50fd3b72e056dcfba210a06e2e83d&c\\_uniq\\_tag=CLaL0sdXlqHhq9Rpvj40sUeLWba0lCiyTdRJcMEjA7Y&type=album](https://sun9-3.userapi.com/impG/WafKsG9eOZcdugWq7kHxpt6f7hIP4q9wd4GbpG/-W6EPg6c-Lc.jpg?size=1023x708&quality=95&sign=95b50fd3b72e056dcfba210a06e2e83d&c_uniq_tag=CLaL0sdXlqHhq9Rpvj40sUeLWba0lCiyTdRJcMEjA7Y&type=album)

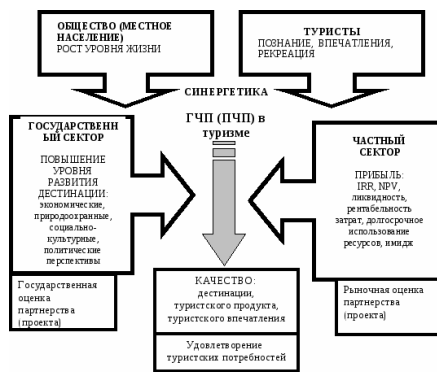
## Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма

### Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства

#### Иллюстрации:



**Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма**  
**Иллюстрации:**



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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Управление проектами государственно-частного партнерства в индустрии гостеприимства» 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 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 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:

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

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:

| <b>Рубежный рейтинг</b>        | <b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b>  |
|--------------------------------|---|
| 19-20<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>баллов  | обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания   |
| 0 рейтинговых<br>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. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Раздел 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук/Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- изучить и обобщить различные точки зрения по вопросам ГЧП;
- исследовать различные формы государственно-частного партнерства, применяемые как в Российской Федерации, так и в зарубежных странах;
- рассмотреть действующее российское законодательство о государственно-частном партнерстве и проанализировать направления его усовершенствования.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                   | Методы и средства обучения   |
|-------|---------------------------------------|--|
| 1.    | ГЧП: содержание, механизм             | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 2.    | Инструменты ГЧП                       | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3.    | Мировая практика управления проектами | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами

Текст лекции.

Отношения взаимодействия, сотрудничества, партнерства между государством и частным сектором существовали всегда с момента зарождения государства. В XX веке окончательно сложилась модель смешанной экономики в которой бизнес и власть являются основными игроками. С середины начала 1980-х гг. в рамках смешанной экономики, под влиянием экономического кризиса и поиском новых путей финансирования общественного сектора начал складываться такой феномен как государственно-частное партнерство. ГЧП открыло для бизнеса такие сферы экономики и политики, которые до этого ему практически не были доступны: производственную и социальную инфраструктуру, атомную энергетику, оборону, безопасность, пенитенциарную систему. Именно в этот период на западе появился и сам термин «государственно-частное партнерство» (ГЧП) – «Public-Private Partnership» (PPP). Относительная новизна явления привела к тому, что в литературе не сложилось пока такой теоретической концепции, которая бы ответила на все вопросы причин его появления, сущности, места в экономике и т.д. Государственно-частное партнерство пока не выступает отдельным разделом экономической науки, но тесно связано с ее основными теориями. На сегодняшний день современной экономической науке существует несколько концепций объясняющих феномен ГЧП Система сложившихся к настоящему времени партнерских отношений государства с частным сектором является одним из проявлений смешанной экономики. В рамках теории смешанной экономики государство посредством ГЧП отказывается от неэффективных форм ведения хозяйства, перекладывая функции управления принадлежащей ему собственностью на частный сектор. Бизнес, в свою очередь, пользуясь государственными гарантиями, привносит в производство организационный опыт, знания, ноу-хау, осуществляет инвестиции, минимизирует риски предпринимательской деятельности. ГЧП тесно связано с теорией государственного регулирования экономики. В той институциональной форме, в какой партнерства существуют сейчас, они представляют собой новую ступень государственного регулирования экономики и призваны играть важную роль в развитии современных рыночных структур и отношений. Базисной основой ГЧП является также теория общественного сектора экономики. В каждой стране существует мощный, разветвленный общественный сектор, в рамках которого функционируют государственночастные партнерства. Масштабы общественного сектора в той или иной стране со временем меняются, что определяется приоритетами проводимой 8 – экономической политики, фазой хозяйственного развития, внешнеэкономическими условиями и другими факторами. Роль государства ослабляется в одних и усиливается в других направлениях. Изучая провалы государственного сектора теория общественного сектора ищет различные пути передачи производства общественных благ частному сектору. Эта теория исходит из того, что в современных условиях государственный сектор должен сокращаться частный сектор, а функции государственного управления важнейшими объектами жизнеобеспечения, постепенно передать передавать. Государственно-частное партнерство – это такой способ взаимодействия власти и бизнесу, который передает производство общественных благ частному бизнесу, при этом оставляет оставляют за государством право собственности на эти объекты, а также права регулирования и жесткого контроля за деятельностью частных компаний. Государственно-частное партнерство в контексте теории общественного сектора призвано решать задачи экономического развития, совершенствования производственной инфраструктуры, ликвидации и смягчения провалов рынка. Государственно-частное партнерство нашло свое место и в современной концепция государственного управления. Так новый государственный менеджмент (New Public Management) квалифицирует государство не только как поставщика общественных благ и корректировщика провалов рынка, но и

показывает, что государство стремится сделать управление социально более эффективным и экономически малозатратным, более гибким и результативным. На первый план выдвигает различные формы проектного и государственного управления. С этих позиций ГЧП как проектный подход к управлению общественных благ и провалов рынка является наиболее подходящим.

*Источник: Учебное пособие Основы государственно-частного партнерства Гоосен Елена Владимировна [Учебное пособие Основы государственно-частного партнерства \(kemsu.ru\)](http://kemsu.ru)*

**Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Какие теоретические концепции объясняют место ГЧП в современной рыночной экономике?
2. Перечислите основные термины с помощью которых обозначают партнерство власти и бизнеса в экономической сфере?
3. Приведите базовые понятия ГЧП? С чем на Ваш взгляд существует такое количество разных определений?
4. Какой смысл лежит в выделении принципов и признаков ГЧП?
5. Назовите основные принципы ГЧП?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. РАЗДЕЛ 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук/Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП;
- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их совершенствования;
- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства;
- изучить методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                                 | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1.1.  | Модели проектов государственно-частного партнерства | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 1.2.  | Виды проектов государственно-частного               | Информационная лекция  |

|  |             |   |
|--|-------------|---|
|  | партнерства | Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением<br>обратной связи<br>Заключительная лекция |
|--|-------------|---|

## 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

### Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства

### Текст лекции.

В основных государственных документах Российской Федерации, определяющих долгосрочное развитие государства, акцентируется внимание на том, что при формировании национальной инновационной системы должна быть обеспечена консолидация усилий государственных органов управления всех уровней, организаций научно-технической сферы и предпринимательского сектора в целях реализации стратегических национальных приоритетов страны. Концепция долгосрочного социальноэкономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. определяет в качестве одного из стратегических направлений развития страны государственно-частное партнерство. В настоящее время государственно-частное партнерство выступает как ресурсный и организационно-управленческий взаимовыгодный альянс государства, бизнеса, банковских, международных финансовых организаций и других институтов в сфере реализации крупномасштабных финансовых общественно-значимых проектов на основе законодательных актов и специальных соглашений, а также баланса взаимных интересов. Эффективность такого партнерства обеспечивается не столько за счет прямого объединения финансовых ресурсов на условиях софинансирования (соинвестирования), разделения рисков и взаимной выгоды, сколько использованием уникальных возможностей каждого из участников проекта. Понятие «государственно-частное партнерство» появилось в начале 80-х годов XX века для характеристики особых отношений, возникающих между государством и частным сектором. Зачастую, подобные отношения зарождались и развивались в сфере производственной и социальной инфраструктуры. Следует отметить, что формы сотрудничества между государством и частным сектором существовали всегда. Сложные формы организации хозяйствующей деятельности и в современных условиях требуют необходимого участия государства. Вместе с тем, нормативно-правовая база, система управления, механизмы урегулирования и т.д. в условиях которых функционирует государственно-частное партнерство в течение последних 30 лет, представляют собой новую ступень развития в развитии взаимоотношений государства и бизнеса. Государственно-частное партнерство понимается, как правило, в двух смыслах. В теоретическом смысле - это взаимоотношения власти (государства) и бизнеса в договорной (контрактной) форме, которая широко используется в качестве инструмента национального, международного, регионального, городского, муниципального экономического и социального развития и планирования. С

практической точки зрения, это конкретные проекты, реализуемые различными государственными органами и бизнесом совместно или только частными компаниями на объектах государственной и муниципальной собственности. Ключевыми особенностями государственно-частного партнерства являются: а) долгосрочность обеспечения и предоставления услуг; б) передача возникающих при реализации проекта рисков от государства частному сектору; в) широкий спектр форм долгосрочных контрактов, заключаемых юридическими лицами с государственными и муниципальными органами. Государственно-частное партнерство может быть самым разнообразным по форме. В зависимости от целей создания форм государственно-частного партнерства такие формы можно распределить по категориям, а именно партнерства: 1. предназначенные для быстрого осуществления высокоприоритетных проектов государственно-частного партнерства; 2. обеспечивающие специализированное управление объектами в соответствии с долгосрочными и комплексными программами; 3. содействующие передаче новых технологий, применяемых частным сектором; 4. использующие опыт частного сектора по сосредоточиванию ресурсов и организации схем финансирования; 5. позволяющие применять и поощрять частнопредпринимательские методы хозяйствования. В зависимости от содержания решаемых конкретных задач существующие и вновь возникающие формы государственно-частного партнерства можно разделить на отдельные модели (типы). Согласно целям государственно-частного партнерства, выделяются организационные модели, модели финансирования и кооперации. Зачастую, государственно-частные партнерства используют формы, основывающиеся на лучших сторонах моделей, а также сочетают их в себе. Организационные модели не подразумевают существенного вмешательства в отношения собственности. Такое партнерство осуществляется за счет привлечения третьих лиц (организаций), переуступки отдельных функций и обязательств по контракту, использования возможностей передачи объектов во внешнее управление. К организационной модели относится наиболее распространенный в настоящее время тип государственно-частного партнерства – концессия. К модели финансирования относятся такие формы государственно-частного партнерства как коммерческий наем, аренда, все виды лизинга, предварительное и интегрированное проектное финансирование. Модели кооперации представляют собой разнообразные формы объединения усилий партнеров, отвечающих за разные стадии общего процесса создания новой потребительской стоимости как общественного блага. Как правило, такая кооперация требует организации сложноорганизованных, в том числе холдинговых структур, структур по сооружению объектов и их эксплуатации, особенно в сфере производственной и социальной инфраструктуры. При исполнении проектов государственно-частного партнерства применяются различные механизмы сотрудничества государства и частного бизнеса. Они разделяются в зависимости от объема передаваемых частному партнеру правомочий собственности, инвестиционных обязательств сторон, принципов разделения рисков между партнерами, ответственности за проведение различных видов работ. Наиболее распространенными механизмами партнерств являются следующие механизмы [19]. Для целей создания нового инфраструктурного объекта: 1. Проектирование и строительство (Design-Build (DB)). Обычно двусторонний договор с фиксированной суммой вознаграждения за выполненные проектные работы и строительство. Для реализации такого проекта обычно создается специальная компания (консорциум, SPV), которая несет всю ответственность за разработку проекта и ведение всех строительных работ, включая все риски, связанные с указанными видами деятельности. Собственники при этом ответственны за финансирование, управление и эксплуатацию объекта. Подобный тип сотрудничества минимизирует время

реализации проекта, направлен на экономию средств и перераспределяет риски между государственным и частным партнером. Сокращается количество конфликтных ситуаций благодаря совмещению в одном лице (частном партнере) проектирующего и осуществляющего строительство лица. Государственный партнер является владельцем объекта договора государственно-частного партнерства и несет ответственность за обеспечение эксплуатации и техническое обслуживание объекта. Также в рамках данного вида государственно-частного партнерства выделяется такая модель как «Проектирование и строительство с гарантией».

2. Проектирование, строительство и управление (Design-BuildOperate (DBO)). Чаще всего именуется моделью оператора и является самым распространенным в мире видом государственно-частного партнерства. Чаще всего также заключается двусторонний договор, устанавливающий ответственность частного партнера не только за проектирование и строительство, но за эксплуатацию созданного объекта, государственные органы несут ответственность только за финансирование работ. Право собственности на объект остается за государством.

3. Проектирование, строительство, финансирование и управление (Design-Build-Finance-Operate (DBFO)). Данная модель государственно-частного партнерства подразумевает, что весь объем работ по проектированию, строительству, эксплуатации и финансированию проекта полностью переносится на частного партнера (концессионера), а собственником при этом остается государство. Одновременно с этим, финансирование полностью или частично осуществляется за счет долговых обязательств государственного партнера за данный проект. В данном случае источником дохода для частного партнера будет являться плата непосредственных пользователей данного объекта. Иногда с государственного партнера взимается арендная плата или так называемая скрытая оплата, когда за пользование объектом платят не реальные потребители, а государство (например, за проезд по платной магистрали). Будущие доходы часто выступают обеспечением при выпуске облигаций (часто именуются доходными облигациями) или иных долговых обязательств, из чего формируются средства для финансирования проекта. Риск, связанный с реализацией проекта государственно-частного партнерства в рамках данной модели, может быть возложен как на частного партнера, так и на государственного партнера. Иногда данный вид государственно-частного партнерства видоизменяют в модели: а) проектирование, строительство, финансирование (Design-BuildFinance (DBF)), то есть функции оператора берет на себя государственный партнер; б) строительство, передача, управление (Build-Transfer-Operate (BTO)). Данный вид контракта подразумевает, что частный партнер осуществляет строительство объекта по согласованному с государственным партнером плану, частично или полностью финансируя объект строительства, управляет объектом в течение оговоренного периода времени, а затем передает объект в управление государственному партнеру, с которым заключался контракт. в) строительство, управление, передача (Build-Operate-Transfer (BOT)). В ходе реализации данной модели после завершения строительства и установленного соглашением срока эксплуатации объект передается в собственность и управление стороне, финансирующей такой проект; г) строительство, владение и управление (Build-Own-Operate (BOO)). Существенное отличие данной модели от вышеперечисленных состоит в том, что собственником возведенного объекта всегда становится частный партнер. Для целей организации эксплуатации существующих объектов:

1. Концессия в виде эксплуатации и технического обслуживания. Данное соглашение включает в себя широкий ряд аспектов по обслуживанию и управлению объектом, а также может использоваться для стимулирования увеличения эффективности использования объекта и его технической сложности. Частному

партнеру выплачивается либо твердо установленное вознаграждение, либо вознаграждение на стимулирующей основе, то есть сумма вознаграждения зависит от уровня обслуживания объекта или качества выполнения поставленных целей. Следовательно, государственный партнер, собственник объекта, переносит ответственность на частного партнера для наиболее эффективного распределения расходов, связанных с эксплуатацией принадлежащего ему объекта в течение всего жизненного цикла, и использования современных управленческих подходов;

2. Долгосрочная аренда и (или) лизинг (Long-Term-Lease (LTL)). В рамках реализации данной модели государственно-частного партнерства предполагается заключение договора аренды (лизинга) существующих платных объектов, возведенных за счет государства, с частным партнером (концессионером). В течение установленного договором периода концессионеру предоставляется право самому взимать плату за использование объекта третьими лицами, в обмен на это частный партнер должен управлять и эксплуатировать объект, а иногда производить ремонт (усовершенствование) объекта, а также уплатить государству авансовый концессионный сбор. Концессионер выбирается государством на конкурсной основе, где главным критерием выступает величина концессионного сбора, а дополнительными критериями – длительность концессионного периода, надежность и платежеспособность частного партнера, уровень профессиональной подготовки менеджмента. Модель смешанного типа - Аренда, развитие и управление (LeaseDevelop-Operate (LDO)). При реализации данной модели государственный партнер-собственник предоставляет частному партнеру (концессионеру) право аренды для управления и дальнейшего развития (расширения, усовершенствования) существующего объекта. Частный партнер инвестирует проект для улучшения существующего объекта с расчетом на то, что данные инвестиции окупятся при положительном уровне рентабельности. Из вышеперечисленного следует, что модели государственно-частного партнерства могут быть разнообразными, но в них всегда главная роль отведена государству (органам публичной власти) в формулировке целей, которых должны достичь частные партнеры и использовании инструментов бюджета, публичной собственности, законодательных установлений и прочих публичных прерогатив по управлению частью рисков проекта, которые не могут нести частные партнеры. Таким образом, представляется возможным сделать вывод, что государственно-частное партнерство представляет важнейшее направление развития экономики государства, отвечающее современным требованиям, способствующее повышению технологического, имущественного и финансового потенциала страны, росту эффективности управления государственным имуществом в области науки и инноваций.

*Источник: [Medvedev\\_Gosudarstvenno-chastnoe.pdf](http://Medvedev.Gosudarstvenno-chastnoe.pdf) (bsu.edu.ru)*

### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. В чем состоит принципиальное отличие схемы механизма ГЧП от остальных форм партнерства власти и бизнеса?
2. Чем ГЧП отличается от приватизации и госзакупок?
3. Какие Вам известны формы ГЧП? С чем связано множественность этих форм?
4. Что такое концессия? Кто является основными участниками концессионных соглашений?
5. Чем концессия отличается от аренды?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма /Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1     | Понятие и классификации рисков в бизнесе, специфика индустрии туризма | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2     | Инновации. Инновационный менеджмент. Инновации в туризма              | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3     | Управление инновациями проектах государственно-частного партнерства   | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 4     | Управление рисками в проектах государственно-частного партнерства.    | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства

Текст лекции.

Возможные существенные изменения запланированных инновационных проектов ГЧП, связанные с доходами и расходами, которые могут произойти с различными характеристиками проекта или риски проектов ГЧП. Разделение этих рисков считается главным условием взаимодействия между государственным органом и частным бизнесом. При этом самой большой проблемой является поиск оптимального распределения рисков. И распределяются они в зависимости от специфики проекта государственно-частного



партнёрства. Ответственность несут обе стороны, но в наибольшей степени обязательства лежат именно на той стороне, которая способна управлять рисками наилучшим способом.

Вероятность реализации проекта ГЧП в значительной степени зависит от распределения рисков между его участниками. Осуществить это справедливое распределение рисков достаточно сложно, так как частный бизнес направляет все усилия на увеличение дохода и поэтому часто недооценивает риски проекта ГЧП, а государственный же орган также стремится минимизировать свою ответственность.

Предпроектная стадия ГЧП играет важную роль, а также увеличивает потребность в поиске оптимального распределения рисков.

В современной экономической литературе существует несколько классификаций рисков ГЧП. Они классифицируются согласно этапам развития сотрудничества между государством и бизнесом [1].

Одними из самых основных рисков, которые свойственны взаимодействию между государственной и частной сторонами, являются политические риски. Под ними понимается вероятность имущественной (финансовой) потери, которая возможна, когда происходят различные изменения в политической системе, а также в условиях политической нестабильности: военное положение в стране, применение террора; законодательное изменение; различные изменения в экономике; неспособность правительства выполнить свои договорные обязательства по проектам.

Для определения уровня политических рисков ГЧП наиболее значимы, на наш взгляд, разделение

факторов делового окружения инновационных социально-экономических проектов на факторы прямого и косвенного воздействия [2].

Формирование политических рисков инновационных проектов ГЧП происходит на трех уровнях:

- уровень национальной экономики (нестабильная политическая обстановка внутри страны, довольно частые изменения законодательства;
- региональный уровень (нестабильная политическая обстановка в каком-то конкретном регионе);
- международный уровень (неблагоприятная политическая ситуация для предпринимательства на международном рынке и при взаимодействии с зарубежными партнерами) [3].

Существуют еще одни, не менее распространенные риски проектов ГЧП, имеющих социально-экономическую направленность. Это экономические риски, и они в свою очередь подразделяются на четыре группы:

- производственно-экономические риски;
- коммерческие риски;
- финансовые риски;
- валютные риски.

Производственно-экономические риски проектов ГЧП подразделяются на несколько видов [4].

В процессе реализации различной продукции, произведенной одним из субъектов ГЧП, возникает вероятность потерь, которая и подразумевает под собой коммерческий риск. Существует несколько причин, по которым возникает такой риск. А именно:

- уменьшение спроса и снижение потребности в товарах в связи с появлением на рынке конкурирующей продукции более высокого качества;

- ухудшение качества продукции в процессе обращения (транспортировки, хранения), которое влечет за собой снижение его цены;
- увеличение издержек обращения после выплаты штрафов, непредсказуемых пошлин и отчислений.

Финансовые риски тесно связаны с финансовыми возможностями, самостоятельностью и независимостью, а также со стабильностью в экономической системе субъекта и в постоянстве его финансирования.

Для проектов государственно-частного партнёрства также большое влияние оказывают валютные риски. Они показывают, что может произойти при изменении курса валют, а именно вероятность возникновения финансовой потери.

Также в процессе реализации проектов ГЧП возникают инновационные риски. Данный вид рисков определяется как вероятность потерь ресурсов и средств.

Существует несколько факторов инновационного риска:

- применение более низкобюджетных технологий производства по сравнению с конкурентами;
- использование старого, изношенного оборудования для производства новой продукции;
- применение технологий, соответствующих современным достижениям науки и техники, а также использование оборудования для изготовления новых товаров.

Инновационные риски приводятся в действие согласно стадиям реализации инновационной деятельности.

Первой является стадия создания, включающая в себя риски, которые имеют тесную связь с возможной имитацией конкурентами объектов инновационной деятельности субъекта ГЧП, невыполнением различных обязательств контрагентами по различным договорам.

Следующей стадией является стадия освоения. На ней под рисками подразумевается ситуация, в которой невозможно реализовать результаты на технологическом уровне, моральный износ объектов инновационной деятельности, а также различные ошибки и упущения людей, оценивающих деятельность.

На стадии распространения документация расходится с требованиями патентования, а ценообразование вовсе неэффективно. Именно так и характеризуются риски на данной стадии реализации инновационной деятельности.

Жизнедеятельность субъектов государственно-частного партнёрства тесно связана с окружающей средой. Различные изменения у одной стороны взаимодействия влекут за собой большие преобразования в другой. Стороны государственно-частного партнерства пользуются необходимыми ресурсами, которые берут непосредственно из природной среды, окружающей их. Вследствие чего жизнедеятельность этих субъектов оказывает негативные последствия на природу.

Экологический риск социально ориентированных проектов ГЧП составляют негативные последствия от вторжения в окружающую среду, тесно связанные с природными катастрофами и влекущие за собой опасность для всего общества в целом, недостаточный уровень технической безопасности проекта, а также нанесение вреда здоровью человека.

На сегодняшний день государственно-частное партнёрство становится одним из основных

инструментов развития региональной и муниципальной инфраструктуры, привлечения инвестиций, улучшения качества услуг, оказываемых населению. В результате этого между

субъектами Российской Федерации возрастает конкуренция за более надежных и профессиональных инфраструктурных инвесторов. Учитывая это возникает необходимость активного развития сферы государственно-частного партнёрства на международном уровне, в том числе при взаимодействии России и Абхазии [5].

Обязательствами частного партнера являются:

- создание объекта;
- тех. обслуживание объекта;
- эксплуатация;
- оказание услуг;
- выплата концессионной платы [6].

Обязательства публичного партнера:

- предоставление земельного участка;
- обеспечение инженерной инфраструктурой за счет бюджетных средств;
- платежи публичного партнёра [7].

Выводы. Форма сотрудничества частного и публичного партнерства несет в себе достаточно серьезные риски. Прединвестиционные риски распределяются и на публичного партнёра, и на частного, соответственно поровну. Риски создания и риски эксплуатации также делятся на равные части между двумя взаимодействующими сторонами. А вот ответственность за коммерческие риски несет только одна сторона, а именно частный партнёр.

Реализация проектов ГЧП представляет собой достаточно сложный процесс. Разрешение проблем, связанных с осуществлением проектов взаимодействия между государственным органом и частным сектором, полностью зависит от максимального уменьшения всех существующих рисков. Это можно сделать, анализируя экономическую обоснованность каждого проекта. Также для того, чтобы реализовать проект ГЧП, необходима правильная структура этих проектов и согласованность в работе всех заинтересованных сторон взаимодействия.

Для того, чтобы успешно реализовать такие проекты ГЧП, обе стороны взаимодействия должны учитывать все риски.

Управлять рисками в проектах взаимодействия между государством и частным бизнесом достаточно важно, но и очень сложно. Основой эффективного механизма такого управления является обеспечение партнерами надлежащих условий для выполнения своих обязательств, а также несение за это ответственности.

*Источник:* [statya\\_klassifikaciya-riskov-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva-pri-realizacii-innovacionnyh-proektov\\_2019.pdf\(ncfu.ru\)](#)

### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Какие существуют страновые модели ГЧП?
2. В каких сферах больше всего реализуется проектов в развитых странах?
3. Какие страны относят к странам с развитым рынком ГЧП?
4. Что общего и чем отличаются модели ГЧП США и Австралии?
5. Какие проекты ГЧП получили наибольшее развитие в Великобритании?
6. В каких сферах ГЧП получило развитие в Германии?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма/ Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их совершенствования;
- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства;
- разработать методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                                  | Методы и средства обучения   |
|-------|--|--|
| 1     | Финансовый аспект механизма ГЧП                      | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2     | Перспективы ГЧП в индустрии туризма и гостеприимства | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма.

Текст лекции.

В настоящее время в экономике ряда развитых и развивающихся стран все большее распространение принимает новая форма взаимодействия государства и частного бизнеса – государственно-частное партнерство. Государственно-частное партнерство представляет собой организационное и институциональное объединение государства и частного бизнеса с целью реализации общественно значимых проектов в масштабе всей страны или отдельных территорий. Значительные изменения происходят в формах и методах управления производственной и социальной инфраструктуры, находящиеся в государственной собственности: коммунальные и энергетические сети, морские и речные порты, аэропорта; туристическая деятельность, здравоохранение, образование.

Данная тема является очень актуальной в наше время, ведь необходимость развития государственно-частного партнерства, является одной из эффективных форм концентрации ресурсов власти, бизнеса и населения для решения задач по развитию туризма.

Это относительно новая сфера взаимодействия, имеющая ряд проблемных областей, которые хотелось бы осветить подробнее. В самом широком понимании ГЧП в индустрии туризма рассматривается как любое возможное взаимодействие государства и бизнеса на условиях объединения ресурсов и достижения взаимной выгоды по широкому кругу актуальных задач в области создания инфраструктуры туризма, повышения качества и продвижения туристского продукта. Более точное определение гласит: «ГЧП – система взаимодействия государства и бизнеса на долгосрочной договорной основе, которая предусматривает не только совместное участие в создании (проектировании, финансировании, строительстве/реконструкции) общественно значимых проектов (объектов инфраструктуры), но и в его последующей эксплуатации и техническом обслуживании в интересах публичной стороны, а также распределение рисков, ответственности и вознаграждений» [4]. Проекты ГЧП в сфере туризма могут быть реализованы по следующим направлениям: – инфраструктура (улучшение качества дорог, развитие транспортной инфраструктуры и базовых услуг, создание стимула для использования различных видов транспорта, улучшение качества обеспечивающей инфраструктуры (водоснабжение, водоотведение, электроснабжение), улучшение системы здравоохранения и санитарии, повышение уровня безопасности); Publishing house "Sreda" 3 Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0) – продукт (улучшение продукции, создание новых продуктов, внедрение стандартов качества, защита потребителей, устойчивое развитие, совершенствование предложений по осмотру достопримечательностей, вклад в экономическое благосостояние местного сообщества, преумножение и сохранение ресурсов); – человеческие ресурсы (внедрение стандартов качества и обслуживания, повышение квалификации и уровня производительности труда, введение новых образовательных программ); – маркетинг и продажи (присутствие фирмы на рынке услуг, повышение эффективности маркетинговых мероприятий, объединение маркетинговых кампаний, большой охват рынка, коллективное участие в выставках, доступ на новые рынки). Реализация проектов, реализуемых на условиях ГЧП, в сфере туризма способствует развитию современной туристской инфраструктуры, повышению конкурентоспособности и продвижению российского туристского продукта посредством эффективного инвестирования бюджетных средств, стимулированию инвестиционной и предпринимательской активности хозяйствующих субъектов, распределению ролей и ответственности участников ГЧП. Следует отметить, что ГЧП в сфере туризма развивается уже достаточно давно. Объективная необходимость создания в стране современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса требовала привлечения средств из различных источников финансирования. Так, уже в первой ФЦП «Развитие туризма в Российской Федерации на 1996–2005 гг.», ведомственной целевой программе «Туристские центры России на 2008–2010 гг.», ФЦП «Юг России (2008–2013 годы)» в ходе реконструкции и модернизации существующей инфраструктуры, а также строительства новых объектов туристской инфраструктуры был предусмотрен механизм софинансирования за счет привлечения средств частных инвесторов. Формированию методологии ГЧП в сфере туризма способствовал механизм особых экономических зон туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) со- Издательский дом «Среда» 4 <https://phsreda.com> Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0) гласно федеральному закону от 22.07.2005 №116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации», предполагающий совместное инвестирование бюджетных и частных средств в комплексные проекты по созданию современной инфраструктуры туризма. Положительным примером применения механизмов ГЧП в развитии инфраструктуры туризма

является реализация ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». Некоторые специалисты считают день утверждения ФЦП (2 августа 2011 г.) днем официального оформления ГЧП в сфере туризма, поскольку в данной программе были определены основные подходы и принципы привлечения инвесторов к значимым инвестиционным туристским проектам. Так, использование ГЧП предполагает, что строительство и реконструкция объектов туристской инфраструктуры осуществляется за счет средств внебюджетных источников, а за счет средств бюджетов всех уровней – создание современных комплексов обеспечивающей инженерной инфраструктуры, включающей систему теплоснабжения, водоснабжения и водоотведения, очистные сооружения, объекты газоснабжения, электроснабжения и связи, а также объекты транспортной инфраструктуры. В настоящее время осуществляется создание 45 туристских кластеров в 35 субъектах Российской Федерации. За счет внебюджетных инвестиций построено и введено в эксплуатацию 327 туристских объектов (в т.ч. гостиницы, развлекательные, спортивные объекты, предприятия питания и др.). За счет бюджетных средств профинансировано строительство 213 объектов обеспечивающей инфраструктуры (в т.ч. транспортная инфраструктура, объекты водо-, газо-, электро-, теплоснабжения, водоотведения, берегоукрепления и т. д.), из них 156 объектов введены в эксплуатацию. Общий объем финансирования ФЦП за 2011–2018 гг. составил 117,3 млрд руб., в том числе из средств федерального бюджета – 24,5 млрд руб., из средств бюджетов субъектов Российской Федерации – 7,6 млрд руб., внебюджетных источников – 85,2 млрд руб. На 1 рубль бюджетных инвестиций привлечено 2,53 рубля за счет внебюджетных средств. Publishing house "Sreda" 5 Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0) По мнению исследователей, ГЧП в сфере развития рекреации, познавательного туризма и спорта на земельных участках особо охраняемых природных территорий признается как эффективный механизм удовлетворения частных, общественных и публичных интересов [...], а ГЧП в сфере делового туризма рассматривается как один из инструментов, развитие которого позволяет укрепить доверие между властью и представителями бизнеса на региональном уровне [1]. Сегодня уже бесспорным является и тот факт, что культурно-познавательный туризм является важнейшим средством активизации потенциала культурно-исторических центров и обеспечения сохранности памятников исторического наследия. В этом контексте в государственной программе Российской Федерации «Развитие культуры и туризма на 2013–2020 годы» [3] предусмотрены задачи по реализации проектов на принципах государственно-частного партнерства в области проведения мероприятий по сохранению объектов культурного наследия, которые являются главными аттракторами при организации культурно-познавательных туров. Соответственно, одним из целевых индикаторов является количество реализуемых проектов государственно-частного (муниципально-частного) партнерства в сферах культуры и туризма. В настоящее время регионы РФ постепенно переходят на разработку и внедрение моделей государственно-частного партнерства в соответствии со специальным законодательством Российской Федерации о ГЧП.



Рис. 1. Модели ГЧП в сфере туризма

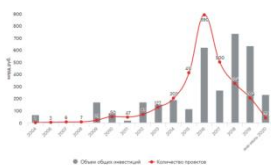


Рис. 2. Статистика запущенных проектов ГЧП. Источник: [6]



Рис. 3. Системограмма проблемы. Источник: составлено автором

Источник: [Action10256-97974.pdf \(phsreda.com\)](https://www.phsreda.com/action/10256-97974.pdf)

### Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. На каком этапе развития находится ГЧП в России?
2. Какие законы регулируют сферу ГЧП в России?
3. В каких сферах больше всего проектов ГЧП в России?

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

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

**ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук

Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами

3. Цели занятия.

- изучить и обобщить различные точки зрения по вопросам ГЧП;
- исследовать различные формы государственно-частного партнерства, применяемые как в Российской Федерации, так и в зарубежных странах;
- рассмотреть действующее российское законодательство о государственно-частном партнерстве и проанализировать направления его усовершенствования.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                   | Методы и средства обучения                        |
|-------|---------------------------------------|---|
| 1.    | ГЧП: содержание, механизм             | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Инструменты ГЧП                       | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3.    | Мировая практика управления проектами | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

Введение.

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

**Вопросы к обсуждению:**

1. Что такое проект? Чем он отличается от других видов деятельности?
2. Почему проектный характер взаимодействия – это один из наиболее важных признаков ГЧП?



3. В чем состоит специфика ГЧП как проекта?
4. Кто выступает в качестве сторон ГЧП проекта?
5. По каким основаниям чаще всего классифицируют ГЧП проекты?
6. В каких сферах и отраслях чаще всего реализуются ГЧП проекты?
7. Назовите выгоды и риски реализации ГЧП проекта для бизнеса?
8. С чем связаны выгоды и риски реализации проекта для государства?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

РАЗДЕЛ 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук/Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП;
- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их усовершенствования;
- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства;
- изучить методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                                 | Методы и средства обучения                     |
|-------|---|--|
| 1.1.  | Модели проектов государственно-частного партнерства | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |
| 1.2.  | Виды проектов государственно-частного партнерства   | Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия |

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

Введение.

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

**Вопросы к обсуждению:**

1. На какие ответы дает модель ГЧП? В чем состоит ключевое различие между моделями ГЧП?
2. Чем концессия отличается от соглашения о разделе продукции?

3. Назовите основные модели соглашений о разделе продукции? Что лежит в основе выделения моделей?
4. Перечислите особенности лизинговых ГЧП-контрактов?
5. Что такое квази-ГЧП?
6. Назовите наиболее распространенные в России формы квази ГЧП.

## **ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1**

### **Форма практического задания: дискуссия**

#### **Перечень тем к дискуссии по темам раздела 1:**

1. Понятие «государственно-частное партнерство».
2. Основные принципы построения государственно-частного партнерства.
3. Инструменты государственно-частного партнерства.
4. Формы государственно-частного партнерства в Российской Федерации.
5. Мировая практика сотрудничества Модели проектов с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса, основанные на концессионных соглашениях.
2. Понятие «концессионер» в концессионных соглашениях.
3. Наиболее распространенные модели проектов ГЧП в спортивной индустрии с привлечением механизма взаимодействия государства и бизнеса в мировой практике.
4. Виды проектов с привлечением механизма государственно-частного партнерства в спортивной индустрии реализуемые в России.
5. Примеры проектов ГЧП в спортивной индустрии в России.

#### ***Методические рекомендации по подготовке к дискуссии***

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли 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 больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большего мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Контрольная работа.**

Задание 1:

Охарактеризуйте виды проектов государственно-частного партнерства

а) Перечислите виды проектов ГЧП

б) Дайте краткую характеристику и особенность данных проектов

Задание 2:

Какие существуют инструменты государственно-частного партнерства, предусмотренные законодательством Российской Федерации?

а) особые экономические зоны; Инвестиционный фонд Российской Федерации; концессия, национальные проекты; формирование интегрированных структур.

в) государственные контракты; арендные отношения; финансовая аренда (лизинг); государственно-частные предприятия.

с) BRT «строительство - аренда - передача»; DFBOT «проектирование - финансирование - строительство - эксплуатация - передача»; «строительство - управление - аренда - передача»; DBO «проектирование - строительство эксплуатация»).

д) концессия, национальные проекты; формирование интегрированных структур, арендные отношения.

Задание 1:

Анализ документальной базы в России. Проведите анализ Программ и Проектов в части:

1. Продвижение российской спортивной индустрии на мировом уровне;

2. Стимулирование предпринимательских и общественных инициатив при помощи механизма субсидирования и грантовой поддержки;

3. Создание, внедрение и развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры управления спортивной индустрии;

4. Финансирование программ (план/факт);

Результаты подготовить в виде презентации.

Задание 2:

Разработчики проекта строительства Ледового дворца считают, что «согласно анализу рынка, можно утверждать, что возведение ледового комплекса окажет не только благоприятный экономический и социальный эффект, но и повысит качественные и количественные показатели города в целом, учитывая мультиформатность комплекса и отсутствие полных аналогов».

1. Составьте шкалу критериев, на основании которых эксперты могли сделать такой вывод.

2. Предложите расчет цифровых индикаторов эффективности работы Ледового дворца на горизонте планирования (с момента открытия): - 3 месяца; 12 месяцев.

### **Содержание контрольной работы:**

*Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.*

### **Требования к контрольной работе:**

*Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому*

*оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).*

*Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и 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 зачету не допускаются.*

## ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма /Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства

3. Цели занятия.

- обосновать критерии, правила и условия реализации инновационно-инвестиционных проектов государственно-частного партнерства;
- исследовать участие предприятий, в реализации инновационно-инвестиционных проектов ГЧП.

4. Структура практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения                        |
|-------|---|---|
| 1     | Понятие и классификации рисков в бизнесе, специфика индустрии туризма | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2     | Инновации. Инновационный менеджмент. Инновации в туризме              | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3     | Управление инновациями проектах государственно-частного партнерства   | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 4     | Управление рисками в проектах государственно-частного партнерства.    | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

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

### Вопросы к обсуждению:

1. Что объединяет страновые модели ГЧП БРИКС?
2. В каких сферах больше всего реализуется проектов в странах БРИКС?
3. Особенности ГЧП Китая?
4. Что общего и чем отличаются ГЧП проекты Бразилии и Индии?
5. Какие проекты ГЧП получили наибольшее развитие в ЮАР?
6. Почему в странах БРИКС больше всего реализуется крупных ГЧП проектов?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

2. практического (семинарского) занятия

Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма/ Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма

3. Цели занятия.

- исследовать методы оценки эффективности осуществления инновационно-инвестиционных проектов при участии государства и частного бизнеса с целью их усовершенствования;

- изучить источники информации для анализа эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства;
- разработать методики анализа общественной и коммерческой эффективности инновационно-инвестиционных проектов, реализуемых на основе ГЧП.

#### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                                  | Методы и средства обучения                        |
|-------|--|---|
| 1     | Финансовый аспект механизма ГЧП                      | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2     | Перспективы ГЧП в индустрии туризма и гостеприимства | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

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

#### **Вопросы к обсуждению:**

1. Поисковая оптимизация.
2. Понятие и сущность социальной сети в индустрии туризма.
3. Интеграция сайта с социальными сетями.
4. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет для туристской организации.
5. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
6. Составление прогноза бюджета мероприятий цифрового маркетинга.
7. Понятие эффективности мероприятий цифрового маркетинга.
8. Пост-клик анализ рекламной кампании.
9. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы туристской организации.

#### **ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2**

#### **Форма практического задания: дискуссия.**

#### **Перечень тем к дискуссии по темам раздела 2:**

1. Какая форма ГЧП получила в России наибольшее распространение и почему?
2. Какова структура управления ГЧП в России?
3. Что такое ГЧП стандарт?
4. Зачем нужен рейтинг регионов по уровню развития ГЧП?

#### ***Методические рекомендации по подготовке к дискуссии***

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли 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 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.**

Задание 1:

Проведите анализ спортивной индустрии, ее потенциал. Результаты подготовить в виде презентации.

Задание 2:

В июле 2020 г. в Санкт-Петербурге состоятся соревнования Ironman 70.3 Russia, говорится на сайте городской администрации. До сих пор соревнования под эгидой Ironman в России не проводились. Триатлон Ironman считается одним из наиболее сложных однодневных соревнований в мире. Проводится Всемирной корпорацией триатлона (WTC). Каждая гонка состоит из трех этапов, проводимых без перерывов:

заплыва на 3,86 км, заезда на велосипеде по шоссе на 180,25 км и марафонского забега на 42,195 км.

Гонки серии Ironman 70.3 предусматривают соревнования на укороченных вдвое дистанциях: заплыв на 1,9 км, велосипедная гонка на 90 км и забег на 21,1 км.

В Санкт-Петербурге заплыв планируется организовать на Гребном канале на Крестовском острове. Далее велосипедный маршрут планируется проложить через соседний Елагин остров, Приморское шоссе и Кольцевую автодорогу в сторону Кронштадта и обратно, указано в сообщении администрации. Маршрут и дата обсуждаются, говорит близкий к администрации человек. Но гонка состоится после 15 июля по завершении чемпионата Европы по футболу 2020 г. В Санкт-Петербурге пройдет четыре игры – три на групповом этапе и матч 1/8 финала.

В любой доступной презентационной программе составьте план подготовки проведения мероприятия, с указанием участников проекта и зон их ответственности (полномочий).

Задание 1:

На основе поиска информации в интернете приведите основные инновационные решения и идентифицируйте риски при проведении международных спортивных проектов – объектов событийного туризма.

Результаты подготовить в виде презентации.

Задание 2:

Выявите перечень потенциальных рисков при реализации следующих инновационных решений в рамках развития рынка e-fitness в России:

- клубные приложения как новый канал коммуникации с клиентом;
- платные приложения;
- дистанционные тренировки как замена персональному тренеру;
- использование фитнес-браслетов и умных часов.

#### **Содержание контрольной работы:**

*Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.*

#### **Требования к контрольной работе:**

*Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).*

*Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и 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 зачету не допускаются.*



Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Раздел 1. Теория государственно-частного партнерства и ее место в системе экономических политических наук

Тема 1.1. Понятие «государственно-частное партнерство», инструменты и мировая практика управления проектами

Иллюстрации:



[https://i2.wp.com/images.myshared.ru/10/977155/slide\\_2.jpg](https://i2.wp.com/images.myshared.ru/10/977155/slide_2.jpg)



<https://images.golos.io/DQmZ3KPx42azoiAvwRZ2A4ueXKWRwbVe4ZpFiG74CJGCqd6/gchp.jpg>

Тема 1.2. Модели и виды проектов государственно-частного партнерства

Иллюстрации:



<https://image2.slideserve.com/3715297/slide25-l.jpg>



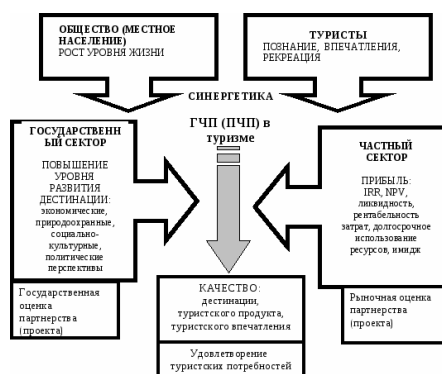
13

[https://sun9-3.userapi.com/impf/WafKsG9eOZcdugWq7kHxpt6f7hIP4q9wd4Gbp/-W6EPg6c-Lc.jpg?size=1023x708&quality=95&sign=95b50fd3b72e056dcfba210a06e2e83d&c\\_uniq\\_tag=CLaL0sdXlqHhq9Rpvj40sUeLWba0lCiyTdRJcMEjA7Y&type=album](https://sun9-3.userapi.com/impf/WafKsG9eOZcdugWq7kHxpt6f7hIP4q9wd4Gbp/-W6EPg6c-Lc.jpg?size=1023x708&quality=95&sign=95b50fd3b72e056dcfba210a06e2e83d&c_uniq_tag=CLaL0sdXlqHhq9Rpvj40sUeLWba0lCiyTdRJcMEjA7Y&type=album)

**Раздел 2. Практика реализации ГЧП. ГЧП в индустрии туризма**  
**Тема 2.1. Управление инновациями и рисками в проектах государственно-частного партнерства**  
**Иллюстрации:**



**Тема 2.2. Особенности финансирования и перспективы развития проектов государственно-частного партнерства в индустрии туризма**  
**Иллюстрации:**



## 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)**

**МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И  
УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ 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) «Моделирование социально-экономических процессов и устойчивое развитие 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 .....  | 14 |
| 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....   | 23 |
| 3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) .....  | 23 |
| 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 |
| Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю) .....   | 26 |
| КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) .....  | 26 |
| 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 .....   | 73 |

# 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   |
|--|---|
| <b>РАЗДЕЛ 1. Моделирование социально-экономических процессов</b>   |   |
| <b>Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. атематические модели и их свойства</b> | Отношение объекта и модели объекта. Приближение модели к объекту. Задачи и цели моделирования. Роль моделирования в управлении. Виды моделей: абстрактные и вещественные. Виды абстрактных моделей: вербальные, ситуационные, имитационные, стохастические, дискретные, непрерывные. Применение моделирования в различных областях науки и техники. Математические модели. Социально-экономические модели. Предположения и гипотезы при составлении моделей. Схема составления моделей.                         |
| <b>Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики</b>                          | Задачи оптимизации: моделирование состава изделий; оптимизация распределения ресурсов в сетевых моделях комплексных работ; оптимизация маршрута изготовления изделия; оптимизация технологий и технологических режимов; построение сводного плана и прогнозирование показателей развития предприятия; оптимизация портфеля заказов и производственной программы; оптимизация календарно-плановых нормативов; оптимизация краткосрочных планов производства. Постановка задачи линейного программирования: найти |



|   |  |
|---|--|
|   | <p>максимальное (минимальное) значение линейной целевой функции при условиях-ограничениях, представленных в виде линейных уравнений или неравенств. Свойства основной задачи линейного программирования и их связь со свойствами выпуклых множеств. Решение задачи линейного программирования геометрическим методом и его этапы.</p>  |
| <p><b>РАЗДЕЛ 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах</b></p> |  |
| <p><b>Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма</b></p>    | <p>Обзор литературы по концепции устойчивого развития туризма и методам его моделирования. Концепция устойчивого развития. Концепция устойчивого развития туризма. Математические модели устойчивого развития туризма. Выбор факторов для моделей устойчивого развития туризма.</p>  |
| <p><b>Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма</b></p>    | <p>Основными задачами функционирования и развития туристической отрасли, решаемыми применяя математическое моделирование, являются:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Экономическая оценка туристических ресурсов;</li> <li>2. Оценка спроса на рекреацию, то есть с помощью анализа функции спроса определяются ключевые факторы, которые влияют на величину туристского потока;</li> <li>3. Развитие и размещение рекреационных зон;</li> <li>4. Моделирование резервирования рекреационных услуг.</li> </ol> <p>Для моделирования спроса на рекреацию применяются методы и модели вида:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Метод кривых спроса, разработанный в конце 1950 – х годов американским исследователем М. Клаусоном;</li> <li>2. Гравитационные модели, которые определяют поля туристических потоков и центры их тяготения;</li> <li>3. Регрессионные модели, которые описывают зависимость туристического спроса от конкретных факторов;</li> <li>4. Вероятностные методы, основанные на применении статистических распределений.</li> </ol> |

***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. Моделирование социально-экономических процессов**

**Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. Математические модели и их свойства**

**Вопросы для самоподготовки:**

1. Сформулируйте основные определения, относящиеся к графу (граф, дуги, ребра, петли и пр.).
2. Дайте определение понятию «дерево», укажите его особенности.
3. Что такое «матрица инцидентностей» и «матрица смежности»?
4. Приведите алгоритм нахождения минимального остова в графе.

**Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики**

**Вопросы для самоподготовки:**

1. В чем состоит суть задачи о нахождении кратчайшего пути в графе?
2. Предмет теории массового обслуживания.
3. Задачи теории массового обслуживания.
4. Процедура обслуживания.
5. Что такое поток событий?

## **Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах**

### **Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Новые подходы к формированию системы государственного управления в условиях устойчивого развития: российский и зарубежный опыт.
2. Проблемы формирования законодательно-нормативной базы регионального управления в современной России.
3. Анализ современных трендов развития старопромышленных регионов в РФ.
4. Зарубежный опыт управления развитием старопромышленных регионов.
5. Международные и российские нормативные и правовые документы по приграничному сотрудничеству.
6. Анализ эколого-экономических рисков развития приграничных и приморских регионов.
7. Миграционная политика в приграничных регионах: российский и зарубежный опыт.
8. Организационно-правовые основы морской политики и управления портовым хозяйством в приморских регионах РФ.
9. Направления развития морского хозяйства в северных регионах РФ.

### **Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Приоритеты стратегического управления развитием приграничных и приморских регионов.
  1. Сырьевые регионы России: особенности современного развития и управления.
  2. Формирование промышленных кластеров в регионах севера. Мегапроекты.
  3. Зарубежный опыт управления устойчивым развитием северных территорий.
  4. Управление развитием инфраструктуры в регионах России.
  5. Корпоративный сектор экономики региона в условиях устойчивого развития: российский и зарубежный опыт.
  6. Развитие транспортной системы как фактор повышения мобильности населения.
  7. Социальная политика в корпоративном секторе экономики региона: опыт российских корпораций.
  8. Зарубежный опыт корпоративной социальной ответственности бизнеса и возможности его применения в РФ.
  9. Влияние демографического фактора на региональные показатели бедности и уровня жизни населения.
  10. Многоуровневая система государственного управления инновационного развития.
  11. Экономические модели, используемые в региональной инновационной политике.
  12. Понятие и компоненты эколого-экономической системы региона в условиях устойчивого развития.
  13. Эколого-экономическая оптимизация развития регионов. Опыт эколого-экономической оптимизации регионов в США, Канада, странах ЕС, Австралия и др.

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

## **Раздел 1. Моделирование социально-экономических процессов**

**Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. Математические модели и их свойства**

## Иллюстрации:



Источник:

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/7/7R0d5pJMrP9uV3ymFDAZWBwOgiX2c8Yk6ETnhv/slide-1.jpg>



Источник:

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/7/7q9x2tHB8pzZ4f1yJgMvaluNbOXGc5QRSmhAEn/slide-13.jpg>



Источник:

<https://cf.ppt-online.org/files1/slide/i/inZ6TzKrus5X7PHYRgMf4dtEw2NkGjOF8mQ9qA3B0v/slide-10.jpg>

## Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики

### Иллюстрации:

**Имитационное моделирование**

Моделирование случайных процессов в системах массового обслуживания

Типичная задача: очередь с одним продавцом

Время (мин): 60

**Параметры моделирования:**

- A: Число клиентов: 4
- B: Число продавцов: 4
- C: Число серверов: 6
- D: Число клиентов: 20
- E: Число продавцов: 20
- F: Число серверов: 1.8
- G: Число клиентов: 1.5
- H: Число продавцов: 0
- I: Число серверов: 6.6

**Результаты моделирования:**

Запустить моделирование

Остановить

Источник:

[http://1.bp.blogspot.com/-L8TAQMqF0g8/VTCEzMdgi\\_I/AAAAAAAAAB7c/uWSHE2Cmtmk/s1600/123.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-L8TAQMqF0g8/VTCEzMdgi_I/AAAAAAAAAB7c/uWSHE2Cmtmk/s1600/123.jpg)



Источник:

<http://2.bp.blogspot.com/-5Bkbt951b1E/VkxTR-F8JtI/AAAAAAAAADo/EXwRioN0og0/s1600/1.png>

F8JtI/AAAAAAAAADo/EXwRioN0og0/s1600/1.png

## Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах

### Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма

#### Иллюстрации:

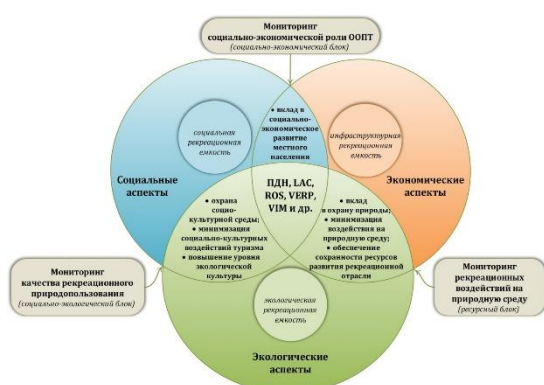


Источник:

<https://thepresentation.ru/img/tmb/2/105515/d87f667e285611055d37973463b38c42-800x.jpg>



Источник: [https://myslide.ru/documents\\_3/38f052f2c8612d01b1d4135cbeaee270/img11.jpg](https://myslide.ru/documents_3/38f052f2c8612d01b1d4135cbeaee270/img11.jpg)



Источник: [https://pandia.ru/text/82/087/images/img2\\_197.jpg](https://pandia.ru/text/82/087/images/img2_197.jpg)

## Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма

Иллюстрации:

### Метод математического моделирования

Модель устойчивого развития предприятия туристского комплекса (равенство совокупного спроса и совокупного предложения), по Макаровой Н.А., 2012 г.

$$Y_{\Sigma}^D = Y_{\Sigma}^S, \quad (3)$$

где

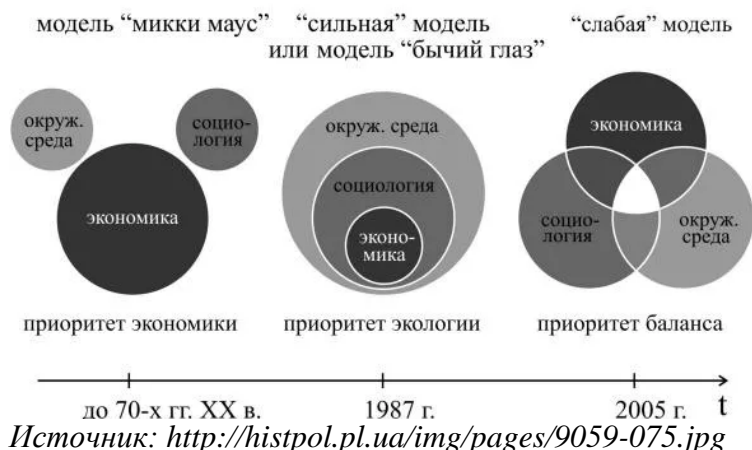
$$Y_{\Sigma}^D = \sum N_i \times P_i = \sum (k_1 \times N_1 \times P_1 + k_2 \times N_2 \times P_2 + \dots + k_n \times N_n \times P_n)$$

$$Y_{\Sigma}^S = \sum Y_x^S \times P_x \times \delta = \sum (\delta \times y_1 \times P_1 + \delta \times y_2 \times P_2 + \dots + \delta \times y_x \times P_x)$$

$N_i$  – количество туристских услуг “i” вида;  
 $P_i$  – цена туристской услуги “i” вида;  
 $Y_{\Sigma}^D$  – совокупный спрос на туристские услуги;  
 $k_{1..i}$  – коэффициент качества запрашиваемой туристской услуги;  
 $Y_{\Sigma}^S$  – совокупное предложение туристской услуги;  
 $x$  – вид предлагаемых услуг;  
 $P_x$  – стоимость предлагаемой услуги “x” вида;  
 $y_x$  – количество предлагаемых услуг вида “x”;  
 $\delta$  – коэффициент качества (комфортность) предлагаемой услуги вида “x”.



## существующие модели устойчивого развития



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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Моделирование социально-экономических процессов и устойчивое развитие туризма» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, 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 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 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 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:

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

|                          |           |
|--------------------------|-----------|
| рубежи текущего контроля | 30        |
| <b>ИТОГО:</b>            | <b>80</b> |

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 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:

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Рубежный рейтинг</b> | <b>Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации</b> |
|-------------------------|--|

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| 19-20<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>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<br>рейтинговых<br>баллов  | обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания  |
| 0 рейтинговых<br>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. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА**

**2. Тема лекционного занятия.**

**Раздел 1. Моделирование социально-экономических процессов**

**Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. Математические модели и их свойства.**

**3. Цели занятия.**

- изучить основные понятия современной теории с точки зрения возможности моделирования социально-экономических процессов;
- ознакомить обучающихся с основными проблемами принятия социально-экономических решений;
- ознакомление с основными типами математических моделей и методов, используемых в социально-экономической области;
- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- ознакомление с формальным аппаратом математических моделей.

**4. Структура лекционного занятия.**

| № п/п | Содержание (кратко)                  | Методы и средства обучения   |
|-------|--------------------------------------|--|
| 1.    | Сущность, виды и функции моделей.    | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 2.    | Вещественные и абстрактные модели.   | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3.    | Математические модели и их свойства. | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

**5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.**

**Введение.**

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. Математические модели и их свойства

Текст лекции.

В широком смысле моделирование — многоплановый метод исследования, один из путей познания. Оно предполагает исследование реально существующих предметов, явлений, социальных процессов, органических и неорганических систем. А это значит, что сферы применения моделирования, по существу, неограничены. Им охватываются все процессы. Но это вовсе не означает, что моделирование является единственным и исчерпывающим методом познания, хотя моделирование присуще всякому познавательному процессу.

Моделирование — это специфическое многофункциональное исследование. Его главная задача — воспроизвести на основании сходства с существующим объектом другой, заменяющий его объект (модель). Модель — это аналог оригинала. Она должна иметь сходство с оригиналом, но не повторять его, так как при этом само моделирование теряет смысл. Недопустимо и произвольное моделирование; в этом случае оно не дает должного представления об оригинале модели и также не выполняет своей функции.

Общество не может разумно развиваться, не анализируя себя, различные стороны своей деятельности, не контролируя себя, не заглядывая вперед. Но для того чтобы этот анализ был эффективным, он должен опираться на точные, объективные данные, т. е. необходима информационная база, социальная информация. Совокупность проблем, поддающаяся количественному анализу, может быть формализована, выражена языком цифр и обработана на ЭВМ с помощью математического моделирования. Но далеко не все процессы общества поддаются количественному измерению и контролю. Социальные отношения отличаются исключительной сложностью, в них взаимодействуют самые различные факторы, взаимовлияние которых друг на друга неоднозначно, вариативно; причинно-следственные связи, их интенсивность и характер подвижны и неопределенны.

К тому же следует учитывать, что все социальные процессы осуществляются людьми, а поступки, мысли, чувства людей не могут иметь числового отображения. Отсюда — объективно необходимыми становятся различные методы анализа качественного содержания процессов в социальной сфере.

А значит, необходимы и самые различные модели, функциями которых являются:

углубление познания действующих систем, объектов; определение основных параметров, путей дальнейшего их совершенствования;

проведение сравнительного анализа оригинала и модели, выявление качественных характеристик.

Моделирование выполняет и важные эвристические функции: выявляет негативные тенденции, определяет позитивные пути решения проблем, предлагает альтернативные варианты. Моделирование выступает, таким образом, в единстве с прогнозированием, являясь его составной частью.

Условно можно выделить несколько видов (типов) моделей: познавательные, эвристические; модели будущего — прогностические; модели желаемого, заданного состояния. Однако моделирование сложных социальных проблем сочетает в себе все три типа моделей и основные их функции: эвристические, прогностические, прагматические. Многое зависит от цели и способа моделирования, объекта, имеющейся информации, владения методикой, уровня компетентности исследователя.

Цели моделирования. Учитывая остроту и сложность социальных процессов, моделирование преследует следующие цели.

С одной стороны — отобразить состояние проблемы на данный момент; выявить наиболее острые «критические» моменты, «узлы» противоречий; с другой стороны — определить тенденции развития и те факторы, влияние которых может скорректировать нежелательное развитие;

активизировать деятельность государственных общественных и иных организаций и лиц в поисках оптимальных вариантов разрешения социальных задач.

Каким требованиям должна отвечать модель. Целесообразно выделить две группы требований.

Во-первых, модель должна:

быть более простой, более удобной;

давать новую информацию об объекте;

способствовать усовершенствованию самого объекта.

Во-вторых, модель должна способствовать:

определению или улучшению характеристик объекта;

рационализации способов построения его;

управлению или познанию объекта.

Следовательно, правомерно при разработке модели говорить об ее подобию объекту-оригиналу, при котором, с одной стороны, соблюдается жесткая целенаправленность, увязка ее параметров с ожидаемыми результатами, а с другой — обеспечивается достаточная «свобода» модели, для того чтобы она была способной к преобразованию в зависимости от конкретных условий и обстоятельств, могла быть альтернативной, иметь в запасе наибольшее число вариантов.

В целом модель должна соответствовать следующим требованиям.

1. Модель должна удовлетворять требованиям полноты, адекватности и эволюционности. Она должна обеспечивать возможность включения достаточно широкого диапазона изменений, добавлений, чтобы было возможно последовательное приближение к модели, удовлетворяющей исследователя по точности воспроизведения социального объекта, явления, процесса.

2. Модель должна быть достаточно абстрактной, чтобы допускать варьирование большим числом переменных, но не настолько абстрактной, чтобы возникали сомнения в надежности и практической полезности полученных на ней результатов.

3. Модель должна удовлетворять условиям, ограничивающим время решения задачи.

4. Модель должна ориентироваться на реализацию с помощью существующих возможностей, т. е. быть осуществимой на данном уровне развития общества.

5. Модель должна обеспечивать получение новой полезной информации о социальном объекте (явлении, процессе) в плане поставленной задачи исследования.

6. Модель должна строиться с использованием установившейся терминологии.

7. Модель должна предусматривать возможность проверки ее истинности, полноты соответствия ее изучаемому социальному объекту, явлению, процессу.

В научной литературе довольно подробно описаны основные принципы процесса разработки моделей сложных объектов и явлений, которые вполне могут быть применимы в социальном моделировании: компромисс между ожидаемой точностью результатов моделирования и сложностью модели, баланс точностей, достаточное разнообразие элементов модели, наглядность модели, блочное представление модели, специализация моделей и др.

Различают модели материальные и идеальные. Модель является одновременно и средством, и объектом исследования, заменяющим оригинал.

Моделирование применяется тогда, когда сам объект исследования (в силу территориальной отдаленности, невозможности одновременного анализа всех его составных частей) не может исследоваться непосредственно.

Оценка моделей. Параметры оценки моделей могут быть различными. Один из них — прогрессивность модели, означающая, насколько она по целому ряду моментов является лидирующей. Определение качества модели — не такая простая задача, особенно когда речь идет о моделях социальной сферы.

Прогрессивность модели определяется характеристиками свойств модели, применимой в той или иной сфере в зависимости от целей и задач исследователей.

В качестве главных критериев выступают:

- новизна отражения (интуитивное отражение, качественное описание, наглядная имитация, системное воспроизведение);
- распространенность (социальная сфера в целом, отрасль, социальная группа и т. д.) — уровень разработанности (выдвинута идея, построена схема, разработан алгоритм, формализована материализованная система (кибернетическая)).

Уровень творческого решения с помощью модели означает степень выполнения ею гносеологической (познавательной, объяснительной) и эвристической (прогностической, творческой) функций.

Последовательность нарастания этих возможностей, т. е. творческого решения, следующая:

- определение (различение, распознавание), классифицирование известных фактов, предметов, событий, упорядочение их и решение простых задач, усовершенствование простейших модельных представлений;
- реализация гносеологических и эвристических потенциалов разработанной модели, осуществление научного прогноза качественно новых фактов, событий и их практического использования.

Уровень использования модели характеризуется такими показателями:

- определена цель применения модели;
- углублено знание по тем или иным аспектам применения модели в социальной сфере;
- используется в системе научного знания, в системе подготовки кадров, в учебных заведениях.

Не менее важным является рассмотрение структуры моделей.

В структуру моделей входят три основных компонента: совокупность направлений развития объекта познания; побудительные силы развития; факторы внешних воздействий.

При исследовании важно зафиксировать степень реализованного воздействия всех основных компонентов на предыдущем этапе познания объекта, что может быть осуществлено при ретроспективном анализе. Подобный подход в значительной мере предопределяет предвидение развития исследуемого объекта, базирующееся на опыте прошлого, сравнении с ним, опирающееся на Репрезентативные массивы информации.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Обозначьте основные параметры эффективности социального моделирования.
2. В чем состоит сущность опытно-экспериментального прогнозирования и трех его этапов — прогностического моделирования; опытно-экспериментального моделирования; прогностических рекомендаций?
3. В чем состоят основные функции и цели моделирования?

*Источник : <https://lektsii.org/11-8616.html?ysclid=lh216хурп8346250721>*

### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Алгоритмы линейного программирования
2. Постановка задач оптимизации: решающие переменные, ограничения, показатель качества
3. Применение методов линейного программирования при проектировании систем
4. Примеры решения задач линейного программирования графическими методами



**1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА**

**2. Тема лекционного занятия.**

**Раздел 1. Моделирование социально-экономических процессов**

**Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики**

3. Цели занятия.

- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                            | Методы и средства обучения  |
|-------|--|---|
| 1.    | Основные понятия систем массового обслуживания | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи                          |
| 2.    | Классификация и характеристики                 | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи<br>Заключительная лекция |

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики

Текст лекции.

**Системы и модели массового обслуживания**

**Основные понятия**

Менеджеру-экономисту приходится сталкиваться с ситуациями, которые характеризуются термином *системы массового обслуживания*. Пример:

1. обслуживание покупателей в сфере розничной торговли
2. транспортное обслуживание
3. медицинское обслуживание населения
4. ремонт аппаратуры, машин, механизмов, находящихся в эксплуатации
5. обработка документов в системе управления
6. туристическое обслуживание (билетные кассы, справочные бюро).

**Системы массового обслуживания (СМО)** представляют собой структуры, содержащие одно или несколько обслуживающих устройств – **каналов обслуживания**, на вход которых в

случайные моменты времени поступают требования для обслуживания. В качестве **каналов** могут фигурировать технические устройства либо персонал, выполняющие функции обслуживания.

Каждая СМО предназначена для обслуживания какого-то потока заявок (или «требований»), поступающих на СМО в какие-то случайные моменты времени. Обслуживание поступившей заявки продолжается некоторое (вообще говоря, случайное) время, после чего канал освобождается и готов к принятию следующей заявки. Случайный характер потока заявок приводит к тому, что в какие-то промежутки времени на входе СМО скапливается излишне большое число заявок (они либо образуют очередь, либо покидают СМО необслуженными); в другие же периоды СМО будет работать с недогрузкой или вообще простаивать.

Система массового обслуживания – это система двух взаимодействующих потоков случайных событий – *входного потока заявок* (требований) на обслуживание и *выходного потока* обслуженных требований.

**Состояние системы** – это число находящихся в СМО заявок в данный момент.

**Узел обслуживания** – это часть СМО, через который осуществляется взаимодействие входного и выходного потока заявок. Узел обслуживания может содержать один или более **обслуживающих каналов** (обслуживающих устройств, приборов).

Пример обслуживающего канала – рабочее место кассира на предприятии массового обслуживания. В случае транспортного обслуживания каналом может считаться отдельная единица транспортного средства.

Заявки, находящиеся в СМО, могут либо ожидать обслуживания, либо находиться под обслуживанием.

**Очередь** – это часть заявок, ожидающих обслуживания.

**Дисциплина очереди** – это правила формирования очереди.

Каждая система массового обслуживания, в зависимости от числа каналов и их производительности, а также от характера потока заявок, обладает какой-то **пропускной способностью**, позволяющей ей более или менее успешно справляться с потоком заявок.

**Предмет теории массового обслуживания** – установление зависимости между характером потока заявок, числом каналов, их производительностью, правилами работы СМО и эффективностью обслуживания.

Главная особенность процессов массового обслуживания – случайность. Теория массового обслуживания опирается на теорию вероятностей и математическую статистику.

Первоначально развитие теории массового обслуживания связано с именем датского ученого А.К.Эрланга (1878-1929), с его трудами в области проектирования и эксплуатации телефонных станций. Большой вклад в развитие этой теории внесли российские математики А.Я.Хинчин, Б.В.Гнеденко, А.Н.Колмогоров, Е.С. Вентцель и др.

В настоящее время теоретически наиболее разработаны и удобны в практических приложениях методы решения таких систем массового обслуживания, процесс функционирования которых является **марковским**, то есть все потоки событий, переводящие систему из состояния в состояние, **простейшие**.

**Простейшим** называется случайный поток, обладающий тремя основными свойствами: *стационарности, ординарности и отсутствия последствия*.

Свойство *стационарности* обеспечивает постоянное количество требований в течение некоторого промежутка. При этом количество требований зависит только от длины этого промежутка по оси времени, т.е. это свойство не учитывает суточные и годовые колебания спроса.

Свойство *ординарности* указывает, что вероятность поступления двух заявок одновременно является бесконечно малой величиной.

Свойство *отсутствия последствия* состоит в том, что количество требований, поступивших в систему после времени  $t_0$  не зависит от числа требований до этого момента.

Для простейшего потока частота поступления требований в систему подчиняется закону Пуассона, то есть вероятность поступления за время  $t$  ровно  $k$  требований задается формулой

$$P_k(t) = \frac{(\lambda t)^k}{k!} \cdot e^{-\lambda t}, \quad (1)$$

где  $\lambda$  – плотность потока или среднее число требований в единицу времени.

Заранее условимся (чтобы не оговаривать это всякий раз отдельно), что мы будем считать все потоки событий, переводящие СМО из состояния в состояние, пуассоновскими.

Вероятность того, что время обслуживания не превосходит некоторой величины  $t$ , определяется формулой экспоненциального закона распределения:

$$F(t) = 1 - e^{-\mu t} = P(t_{\text{обс}} < t), \quad (2)$$

где  $\mu$  – интенсивность обслуживания (среднее число событий, происходящих в единицу времени),

$$\mu = \frac{1}{t_{\text{обс}}}. \quad (3)$$

### Классификация систем массового обслуживания и их основные характеристики

Системы массового обслуживания классифицируются по разным признакам.

1) По числу каналов системы массового обслуживания могут быть **одноканальными** или **многоканальными**.

2) По месту нахождения источника требований СМО делятся на **разомкнутые** (когда источник требований находится вне системы) и **замкнутые** (когда источник находится в самой системе).

3) В зависимости от условий ожидания требованием начала обслуживания различают *СМО с отказами* и *СМО с ожиданием*.

В *СМО с отказами* заявка, поступившая в момент, когда все каналы заняты, получает «отказ», покидает СМО и в дальнейшем процессе обслуживания не участвует.

В *СМО с ожиданием* заявка, поступившая в момент, когда все каналы заняты, становится в очередь и ожидает, пока не освободится один из каналов. Как только освободится канал, принимается к обслуживанию одна из заявок, стоящих в очереди. Для систем с ожиданием важна дисциплина очереди.

Различают следующие виды дисциплины очереди:

а) *упорядоченное обслуживание*:

– первый пришел – первый обслуживается (английская аббревиатура FIFO – First Input First Output);

– последний пришел – первый обслуживается (английская аббревиатура LIFO – Last Input First Output);

б) *неупорядоченное обслуживание*: заявки попадают в канал обслуживания случайным образом;

в) *с приоритетами*: при которой некоторые находящиеся в очереди заявки имеют право первоочередного обслуживания.

4) Системы с ожиданием делятся на **системы с ограниченным ожиданием** и **системы с неограниченным ожиданием**.

В системах с **ограниченным ожиданием** может ограничиваться либо длина очереди либо время пребывания в очереди.

В системах с **неограниченным ожиданием** каждая заявка, поступившая в момент, когда нет свободных каналов, становится в очередь и «терпеливо» ждет освобождения канала, который примет ее к обслуживанию. Любая заявка, поступившая в СМО, рано или поздно будет обслужена.

Для анализа процесса, протекающего в СМО, важно знать основные параметры системы:

1) число каналов  $n$ ,

2) число мест в очереди  $m$ ,

2) интенсивность потока заявок  $\lambda$ ,

3) интенсивность обслуживания  $\mu$  (величина, обратная среднему времени обслуживания  $t_{\text{обс}}$ :  $\mu = 1/t_{\text{обс}}$ ),

4) условия образования очереди (ограничения, если они есть).

При этом все числовые данные в решаемой задаче должны быть приведены к единой единице измерения времени.

В зависимости от типа СМО при оценке ее эффективности могут применяться те или характеристики эффективности работы СМО.

Рассмотрим определение основных характеристик наиболее распространенных видов СМО.

**Многоканальная СМО с отказами.**

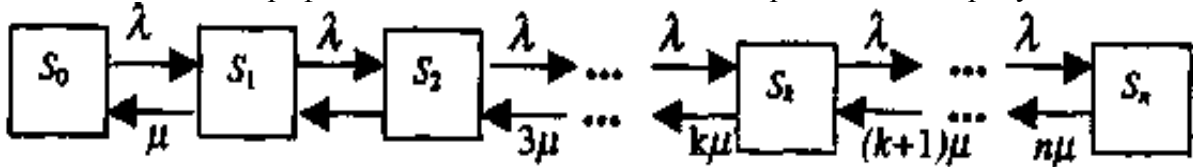
Для СМО с отказами наиболее важными характеристиками являются:

1) **абсолютная пропускная способность  $A$**  – среднее число заявок, которое может обслужить система за единицу времени.

2) **относительная пропускная способность  $q$**  – средняя доля поступивших заявок, обслуживаемая системой (отношение среднего числа заявок, обслуживаемых системой в единицу времени, к среднему числу поступающих за это время заявок).

3) в зависимости от задачи исследования могут быть важны и другие характеристики, например, среднее число занятых каналов  $\bar{N}_3$ , среднее относительное время простоя системы в целом и отдельного канала и т. д.

Если требование поступает в систему в момент, когда все  $n$  каналов заняты, то оно получает отказ (покидает систему необслуженным). Если же в момент поступления требования имеется хотя бы один свободный канал, то оно принимается к обслуживанию и обслуживается до конца. Размеченный граф состояний системы с отказами представлен на рисунке.



Относительная нагрузка на систему

$$\rho = \lambda / \mu$$

Предельные вероятности состояний системы (формулы Эрланга) для рассматриваемой СМО имеют вид

$$P_0 = \left[ 1 + \frac{\rho}{1!} + \frac{\rho^2}{2!} + \dots + \frac{\rho^k}{k!} + \dots + \frac{\rho^n}{n!} \right]^{-1}$$

$$P_k = \frac{\rho^k}{k!} P_0 \quad (1 \leq k \leq n)$$

где  $P_0$  – вероятность свободного состояния системы,  $P_k$  – финальные вероятности состояния системы (в стационарном режиме работы СМО).

$$P_{\text{отк}} = P_n = \frac{\rho^n}{n!} P_0$$

**Вероятность отказа**

**Относительная пропускная способность  $q = 1 - P_{\text{отк}}$ .**

**Абсолютная пропускная способность  $A = \lambda q$ .**

$$\bar{N}_3 = \frac{A}{\mu} = \frac{\lambda q}{\mu} = \rho q$$

**Среднее число занятых каналов**

**Многоканальная СМО с ожиданием.**

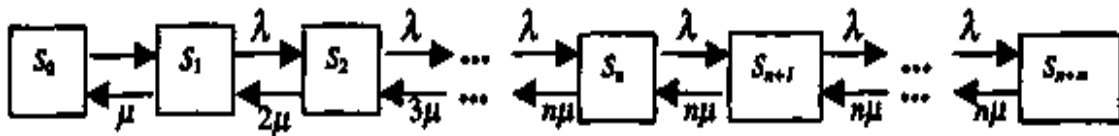
Для СМО с неограниченным ожиданием как абсолютная  $A$ , так и относительная пропускная способность  $q$  теряют смысл, так как каждая поступившая заявка рано или поздно будет обслужена. Зато для такой СМО весьма важными характеристиками являются:

- 1) среднее число заявок в очереди  $\bar{r}$ ,
- 2) среднее число заявок в системе  $\bar{k}$  (в очереди и под обслуживанием),
- 3) среднее время ожидания заявки в очереди  $\bar{t}_{ож}$ ,
- 4) среднее время пребывания заявки в системе  $\bar{t}_{сист}$  (в очереди и под обслуживанием), и другие характеристики ожидания.

Для СМО с ограниченным ожиданием интерес представляют обе группы характеристик: как абсолютная и относительная пропускная способности, так и характеристики ожидания.

Пусть в  $n$ -канальную СМО поступает простейший поток требований с интенсивностью  $\lambda$ ; число мест в очереди ограничено и равно  $m$ . Время обслуживания требований (для одного канала) экспоненциальное, со средним значением  $t_{обс}$ .

Размеченный граф состояний системы с ожиданием представлен на рисунке.



Предельные вероятности состояний системы имеют вид

$$P_0 = \left[ 1 + \frac{\rho}{1!} + \frac{\rho^2}{2!} + \dots + \frac{\rho^n}{n!} + \frac{\rho^n}{n!} \cdot \frac{\rho/n - (\rho/n)^{m+1}}{1 - \rho/n} \right]^{-1}$$

$$P_k = \frac{\rho^k}{k!} P_0 \quad (1 \leq k \leq n),$$

$$P_{n+r} = \frac{\rho^{n+r}}{n^r \cdot n!} P_0 \quad (1 \leq r \leq m)$$

Требование получает отказ в том случае, когда система занята, то есть вероятность отказа

$$P_{отк} = P_{n+m} = \frac{\rho^{n+m}}{n^m \cdot n!} P_0.$$

**Относительная пропускная способность** или вероятность того, что поступившее в систему требование будет принято к обслуживанию, дополняет вероятность отказа до единицы:

$$q = 1 - P_{отк} = 1 - \frac{\rho^{n+m}}{n^m \cdot n!} P_0.$$

В систему поступает  $\lambda$  требований в единицу времени, а доля требований, принятых к обслуживанию, равна  $q$ . Следовательно, **абсолютная пропускная способность**

$$A = \lambda q = \lambda \left( 1 - \frac{\rho^{n+m}}{n^m \cdot n!} P_0 \right).$$

Каждый канал, если он занят, обслуживает в единицу времени  $\mu$  требований, а вся система –  $A$  требований. Таким образом, **среднее число занятых каналов**

$$\bar{N}_з = \frac{A}{\mu} = \rho \left( 1 - \frac{\rho^{n+m}}{n^m \cdot n!} P_0 \right).$$

**Среднее число требований  $\bar{r}$ , находящихся в очереди**, вычислим как математическое ожидание числа требований, находящихся в очереди:

$$\bar{r} = 1 \cdot P_{n+1} + 2 \cdot P_{n+2} + \dots + m \cdot P_{n+m}.$$

Подставив значения  $P_{n+r}(r=1, m)$  и выполнив преобразования, окончательно получим

$$\bar{r} = P_0 \cdot \frac{\rho^{n+1}}{n!n} \cdot \frac{1 - \left(\frac{\rho}{n}\right)^m (m+1 - m\frac{\rho}{n})}{\left(1 - \frac{\rho}{n}\right)^2}$$

Учитывая, что среднее число требований, находящихся под обслуживанием, совпадает со средним числом занятых каналов, **среднее число требований, находящихся в системе**, равно  $\bar{k} = \bar{N}_3 + \bar{r}$ .

**Среднее время пребывания требований в очереди**

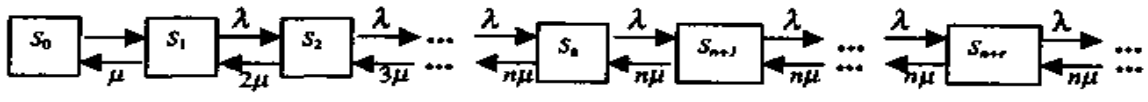
$$\bar{t}_{\text{ож}} = P_0 \cdot \frac{\rho^n}{n \cdot n! \mu} \cdot \frac{1 - \left(\frac{\rho}{n}\right)^m (m+1 - m\frac{\rho}{n})}{\left(1 - \frac{\rho}{n}\right)^2} = \frac{\bar{r}}{\lambda}$$

**Среднее время пребывания заявки в системе**

$$\bar{t}_{\text{сист}} = \bar{t}_{\text{ож}} + \frac{1}{\mu} q = \bar{t}_{\text{ож}} + q \cdot \bar{t}_{\text{об}}$$

Среднее время пребывания требования в системе получим, если к среднему времени ожидания в очереди прибавим среднее время обслуживания, умноженное на относительную пропускную способность  $q$ .

**Многоканальная СМО с неограниченной длиной очереди.** Так как длина очереди не ограничена, то граф состояний в этом случае является бесконечным.



Установившийся режим работы системы существует при  $\frac{\rho}{n} < 1$ , а при  $\frac{\rho}{n} \geq 1$  очередь будет

расти неограниченно. Полагаем, что  $\frac{\rho}{n} < 1$ .

Далее представлены формулы для расчета характеристик СМО с неограниченной очередью.

**Предельные вероятности состояний:**

$$P_0 = \left[ 1 + \frac{\rho}{1!} + \frac{\rho^2}{2!} + \dots + \frac{\rho^n}{n!} + \frac{\rho^{n+1}}{n!(n-\rho)} \right]^{-1},$$

$$P_k = \frac{\rho^k}{k!} P_0 \quad (1 \leq k \leq n),$$

$$P_{n+r} = \frac{\rho^{n+r}}{n^r \cdot n!} P_0 \quad (r > 1)$$

Так как число мест в очереди не ограничено, то все требования, поступившие в систему, рано или поздно будут обслужены. Следовательно, **вероятность отказа**

$$P_{\text{отк}} = 0, \quad q = 1, \quad A = \lambda q = \lambda$$

**Среднее число занятых каналов**

$$\bar{N}_3 = \frac{A}{\mu} = \frac{\lambda}{\mu} = \rho$$

**Среднее число требований, находящихся в очереди**

$$\bar{r} = \frac{\rho^{n+1} \cdot P_0}{n! \cdot n \cdot \left(1 - \frac{\rho}{n}\right)^2}$$

Среднее число требований, находящихся в системе  $\bar{k} = \bar{N}_3 + \bar{r}$

$$\bar{t}_{\text{ож}} = \frac{\rho^n \cdot P_0}{n\mu \cdot n! \left(1 - \frac{\rho}{n}\right)^2} = \frac{\bar{r}}{\lambda}$$

Среднее время пребывания требования в очереди

Среднее время пребывания требования в системе  $\bar{t}_{\text{сист}} = \bar{t}_{\text{ож}} + \bar{t}_{\text{обсл}}$

Источник: <https://studfile.net/preview/5621698/>

#### Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Родоначальники формализованного описания экономики.
2. Системный подход при изучении социально-экономических систем.
3. Сложность задач линейного программирования.
4. Целевой подход при изучении социально-экономических систем.
5. Сущность процесса моделирования.

# 1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

## 2. Тема лекционного занятия.

### Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах

#### Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма

#### 3. Цели занятия.

- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

#### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                 | Методы и средства обучения   |
|-------|-------------------------------------|--|
| 1.    | Устойчивое развитие                 | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2.    | Модели устойчивого развития         | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |
| 3.    | Модели устойчивого развития туризма | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

##### Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма

##### Текст лекции.

Формирование концепции устойчивого развития во второй половине двадцатого века было связано с тревогой мировой общественности состоянием окружающей среды. Произошло осознание опасного воздействия развития экономики на окружающую среду в глобальном масштабе. Проблемы загрязнения природы и истощения ресурсов стали приобретать планетарный масштаб.

В 1972 г. Римскому клубу был представлен доклад под названием «Пределы роста» в котором впервые были исследованы последствия действий, связанных с развитием человеческой цивилизации и ее воздействием на окружающую среду с помощью метода математического компьютерного моделирования. Доклад содержал результаты моделирования роста



человеческой популяции и убывания природных ресурсов. В написании доклада принимали участие Донелла Медоуз, Деннис Медоуз, Йорген Рандерс и Уильям Беренс III (англ. William W. Behrens III)<sup>[11]</sup>.

Авторы доклада, пришли к выводу, что при сохранении существующих тенденций роста населения Земли, промышленного роста, загрязнения природной среды и истощении ресурсов в двадцать первом столетии человеческая цивилизация достигнет предела роста, в результате чего произойдет катастрофический спад численности населения и уровня жизни<sup>[12]</sup>.

Однако авторы считали, человечество в состоянии и должно контролировать тенденции роста для создания экологической и экономической стабильности в отдалённой перспективе. Условия равновесия с природой могут обеспечить жителям Земли цивилизованный уровень жизни, и возможности духовного развития личности. Для реализации благоприятных сценариев требуются политические и социальные изменения.

Работы Медоуза о неблагоприятном будущем человечества привлекли внимание общественности и ученых разных стран мира к проблемам окружающей среды. Стали строиться прогнозы, публиковаться новые исследовательские работы, происходить изменения в мировоззрении людей, в отношении к индустриальному росту и сохранению качества окружающей среды.

В 1972 г в Стокгольме состоялась первая конференция ООН по проблемам взаимосвязи между экономическим развитием и ухудшением состояния окружающей среды. В результате работы конференции была создана Программа ООН по окружающей среде.

Стало понятно, что для решения проблем загрязнения природы и истощения ресурсов нужны усилия мирового сообщества. В 1987 г. Организация Объединенных наций (ООН) и Международная комиссия по окружающей среде и развитию опубликовала доклад, в котором было дано определение устойчивого развития общества, в котором удовлетворение потребностей нынешнего поколения людей должно осуществляться без ущерба для будущих поколений. Идея устойчивого развития состоит в необходимости координации потребностей человечества и возможностей планеты.

В результате изменения отношения к проблемам окружающей среды и осознания необходимых перемен в 1984 г. Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций приняла решение о создании международной комиссии по окружающей среде и развитию, был подготовлен доклад «Наше общее будущее». Комиссия, состоящая из ученых и общественных деятелей разных стран, выдвинула новую концепцию устойчивого социально-экономического развития в условиях равновесия с окружающей средой. В докладе говорилось о том, что переход к устойчивому развитию позволит спасти окружающую среду и обеспечить человечеству будущее на планете Земля.

В 1992 г. в Рио-де-Жанейро состоялась Конференция ООН по окружающей среде и развитию. Участники конференции пришли к выводу о том, что «Мы способны согласовать деятельность человека с законами природы и добиться всеобщего процветания». Был принят документ «Повестка дня на XXI», который является программой действий по реализации концепции устойчивого развития в социальной, экономической и экологической областях. В программе обозначены проблемы выживания, экологической безопасности и устойчивого развития человеческой цивилизации. Ответственность за осуществление этой программы возлагалась на правительства, а международное сообщество должно способствовать национальным усилиям и дополнять их. На Конференции в Рио-де-Жанейро было также утверждено «Заявление о принципах глобального консенсуса по управлению, сохранению и устойчивому развитию всех видов лесов», а также открыты для подписания два важнейших глобальных соглашения: Рамочная конвенция об изменении климата и Конвенция о биологическом разнообразии.

Важнейшим шагом в направлении устойчивого развития является Парижское соглашение принятое сторонами Рамочной конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата (РКИКООН) в декабре 2015 г.. Основная цель РКИКООН заключается в «удержании прироста глобальной средней температуры ниже 2°C сверх доиндустриальных уровней и

приложения усилий в целях ограничения роста температуры до 1,5°C». Понятно, что достижение данного температурного уровня, потребует решительных действий по сокращению выбросов парниковых газов во всех секторах экономики<sup>[31]</sup>.

Всемирный союз охраны определил концепцию устойчивого развития: «Устойчивым развитием называется процесс, в рамках которого развитие происходит без нанесения ущерба ресурсам и их истощения, что и делает развитие возможным (рис. 3).

#### Концепция устойчивого развития



Рис. 3. Концепция устойчивого развития\*

\*авторская разработка

Это, как правило, достигается либо таким управлением ресурсами, при котором они возобновляются с той же скоростью, с какой они используются, либо переключением с медленно возобновляемых ресурсов на быстро возобновляемые. При таком подходе ресурсы могут быть использованы как будущим, так и настоящим поколениями»

Население планеты Земля неуклонно растет. Считается, что к середине двадцать первого века население Земли приблизится к восьми млрд, человек большинство из которых, составят жители самых бедных странах Африки и Азии, а также Китая и Индии.

В настоящее время на путь устойчивого развития смогла встать лишь небольшая группа развитых стран, разработавших новые правовые нормы по отношению человека к природе, внедривших новые «экологические» технологии, возник термин «золотого миллиарда». Золотой миллиард - это население развитых стран, которое живет в условиях устойчивого экономического благополучия, имеет высокое «качество жизни», потребляет большую часть ресурсов и выделяет в окружающую среду большее 50% отходов. Жители бедных стран потребляют и выбрасывают в 10 раз меньше чем жители развитых стран.

В 1988 в г. Ванкувере состоялась первая Международная конференция, рассмотревшая роль и место туризма в сохранении мира, влияние туризма на процессы взаимопонимания и уважения между странами и народами. Итоговый документ был назван «Кредо миролюбивого путешественника», содержал такие положения как: - «с благосклонностью и признательностью принимать разнообразие мира, уважать и защищать природную среду, уважать все культуры, уважать и благодарить хозяев за гостеприимство.

Всемирная туристская организация межправительственная структура ООН на протяжении ряда лет разрабатывала концепцию устойчивого развития в туризме.

В 1990 г на Международной конференции в Ванкувере были сформулированы возможности благоприятного воздействия туризма на устойчивое развитие в мире. Считается, что туризм может оказать влияние на выбор воздействия на природную, культурную и социальную сферы развития, способствовать перераспределению доходов и расходов, создает рабочие места непосредственно в местном секторе туризма и смежных с ним секторах; стимулирует развитие экономики и инфраструктуры, формирует рост взаимопонимания и контактов между людьми, представляющими различные культуры.

Задачами туристских компаний являются выработка и определение направлений деятельности по развитию устойчивого туризма. Приоритетными сферами деятельности должны стать сохранение и восстановление окружающей среды: сведение отходов к минимуму; привлечение персонала, клиентов и общественности к решению экологических вопросов. Рассмотрение экономических, социальных, культурных критериев и охраны окружающей среды должно являться частью всех управленческих решений.

В 1995 г. совместными усилиями Всемирной туристской организации, Всемирного совета по путешествиям и туризму и Совета Земли был разработан документ «Повестка дня на XXI век для отрасли путешествий и туризма» (Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry). В этом документе анализируется важность туризма, приводятся данные проблемах, связанных чрезмерным количеством туристов. Документ наметил конкретную программу действий государственных ведомств, национальных туристских администраций (НТА), отраслевых организаций и туристских компаний по устойчивому развитию туризма. Для правительственных ведомств определены следующие приоритетные сферы деятельности: оценка существующей нормативной, экономической и добровольной структуры с точки зрения устойчивого туризма; - оценка экономической, социальной, культурной и экологической деятельности национальной организации; обучение, образование и просвещение общественности; планирование устойчивого туризма;- содействие обмену информацией, опытом и технологиями; обеспечение участия всех общественных секторов в развитии устойчивого туризма; разработка новой туристской продукции; сотрудничество в целях развития устойчивого туризма<sup>141</sup>.

В 2004 г. Всемирная туристская организация сформулировала концепцию устойчивого развития туризма: «Нормы и практику управления устойчивым развитием туризма можно применять ко всем видам туризма и ко всем типам направлений, включая массовый туризм и различные ниши туристских сегментов. Принципы устойчивости относятся к охране окружающей среды, экономическим и социальнокультурным аспектам развития туризма и между этими тремя аспектами должен быть установлен баланс, чтобы гарантировать долговременную устойчивость туризма.

Таким образом, устойчивый туризм должен: 1) обеспечить оптимальное использование ресурсов окружающей среды, которые составляют ключевой элемент развития туризма, поддерживая основные экологические процессы и помогая сохранять природное наследие и биологическое разнообразие; 2) уважать своеобразные социальнокультурные особенности принимающих сообществ, сохраняя присущее им созданное и сложившееся культурное наследие и традиционные обычаи, и вносить вклад во взаимопонимание различных культур и терпимость к их восприятию; 3) обеспечивать жизнеспособность долгосрочных экономических процессов, учитывая их выгоду для всех заинтересованных кругов, которые их беспристрастно распространяют, включая постоянную занятость и возможности поступающих доходов и социальных услуг для принимающих сообществ и вклад в сокращение масштабов нищеты. Устойчивый туризм должен поддерживать высокий уровень удовлетворения потребностей туристов, используя многоплановые запросы туристов, повышая их осведомленность (информированность) об устойчивости результатов и продвигая практическую деятельность по устойчивому туризму среди них».

Путешествия стали массовым явлением. Спрос на путешествия растет быстрее, чем экономика в целом, и по прогнозам будет удваиваться каждые десять лет. Важное место в структуре мирового экспорта занимает туризм. В мировой экономике двадцать первого века индустрия туризма будет определять основные цели роста наряду со здравоохранением и образованием, а по значимости оказываемых услуг сравниться с телекоммуникациями и информационными технологиями.

При таких темпах роста воздействие туризма на окружающую среду: потребление ресурсов, производство отходов, использование территорий под застройку имеет большое значение. Туризм как индустрия отдыха, находится в непосредственной зависимости от чистоты окружающей среды и состояния природы. Устойчивое развитие туризма тесно связано с устойчивым экономическим экологическим культурным, социальным развитием стран. Развитие туризма имеет большое значение для развивающихся стран, так как является сектором экономики, в котором занята большая часть населения. В настоящее время развивающиеся страны предпринимают усилия по развитию традиционного, культурного и экологического туризма с помощью международных финансовых учреждений.

Как и другие сектора экономики, кроме выгоды туризм потребляет ресурсы, создает отходы, порождает экологические, культурные и социальные издержки. Огромное значение имеют проблемы утраты биологического разнообразия и деградации экосистем. При этом туризм наносит меньший ущерб окружающей среде, чем другие отрасли экономики. Необходимо сделать так чтобы устойчивое развитие стало приоритетной задачей для руководителей отрасли туризма во всех странах. Туризм как часть устойчивой экономики должен развиваться при бережном использовании природных ресурсов. Страны, имеющие лидирующие позиции на туристском рынке Франция, Испания, США, Италия, Китай, первыми заговорили о необходимости устойчивого туризма. В этом с ними солидарны экологи и руководители туристского бизнеса.

В целях обеспечения устойчивой структуры потребления и производства в туризме необходимо укреплять и поддерживать национальные инициативы в области планирования и оценки последствий воздействия на окружающую среду, мер регулирования в сферах информационного обмена, просвещения и маркетинга. Сделать туризм устойчиво развивающейся отраслью экономики задача индустрии туризма, туристов, государства. Государство должно разработать стратегию устойчивого развития индустрии туризма, защиту и мониторинг ценных и уязвимых мест обитания, не допуская избыточной нагрузки на природные экосистемы, устанавливать предельные нормы выбросов, требования к размещению и проектированию туристских объектов.

За последнее десятилетие в работе туристских компаний произошли перемены в сторону экологических методов ведения бизнеса, что связано с сокращением объемов атмосферных выбросов, снижением уровня шума; внедрением ресурсосберегающих технологий, эффективным управлением туристскими потоками, переходом на электронной документооборот, сокращением объемов мусора, реконструкцией и перепланировкой отелей. Использование солнечных батарей, оборотной воды для хозяйственных нужд экономное расходование электроэнергии стало обычной практикой для гостиниц.

Также благодаря развитию туризма ежегодно увеличивается количество природных заповедных зон, национальных парков и заповедников во всем мире. Туризм сближает народы, делает людей всего мира понятней и интересней друг для друга, ведет к росту межкультурного понимания и уважения.

Понятие устойчивый туризм — это направление развития, основанное на принципах и концепции устойчивого развития человеческого общества. В 2004 г. Всемирный совет по путешествиям и туризму сформулировал концепцию устойчивого развития туризма и дал определение устойчивому туризму «Устойчивое развитие туризма удовлетворяет нынешние потребности туристов и принимающих регионов, охраняя и приумножая возможности на будущее. Управление всеми ресурсами должно осуществляться таким образом, чтобы, удовлетворяя экономические, социальные и эстетические потребности, сохранить культурную целостность, важные экологические процессы, биологическое разнообразие и системы жизнеобеспечения (рис. 4).



Рис. 4. Особенности управления ресурсами в туризме\*

•авторская разработка

Продукция устойчивого туризма - это продукция, которая существует в согласии с местной средой, обществом, культурой таким образом, что это приносит пользу, а не ущерб

туристскому развитию». Такой туризм, удовлетворяет существующие потребности, но развивается так, чтобы обеспечить так же возможностями последующие поколения, включая сохранение природных ресурсов, окружающей среды, культурного и социального многообразия.

Основное отличие традиционного и устойчивого туризма в том, что часть получаемых финансовых прибылей направляется на восстановление израсходованных природных ресурсов, развитие и совершенствование технологий производства услуг.

В последнее десятилетие большое развитие получил экологический туризм, который можно рассматривать как разновидность природоориентированного устойчивого туризма, т.е. наиболее близким к окружающей среде. Считается что данное направление в туризме связано с новыми моделями природопользования, способствующими охране природы культурного наследия, социальному и экономическому развитию отрасль вносит определенный вклад в решение проблемы занятости.

В последние десятилетия туризм играет важную роль как средство культурной и социальной интеграции и устойчивого развития. Не случайно, 70-я Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций объявила 2017 год Международным годом устойчивого туризма и включила туризм в список 17 Целей в области устойчивого развития, который утвердили лидеры бедных, богатых и среднеразвитых стран и актуальный до 2030 года.

Цели в области устойчивого развития. Цель 1. Повсеместная ликвидация нищеты во всех ее формах

Цель 2. Ликвидация голода, обеспечение продовольственной безопасности и улучшение питания и содействие устойчивому развитию сельского хозяйства Цель 3. Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте

Цель 4. Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех

Цель 5. Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек

Цель 6. Обеспечение наличия и рационального использования водных ресурсов и санитарии для всех

Цель 7. Обеспечение всеобщего доступа к недорогим, надежным, устойчивым и современным источникам энергии для всех.

Цель 8. Содействие поступательному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех

Цель 9. Создание стойкой инфраструктуры, содействие всеохватной и устойчивой индустриализации и инновациям

Цель 10. Сокращение неравенства внутри стран и между ними Цель 11. Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической устойчивости городов и населенных пунктов

Цель 12. Обеспечение перехода к рациональным моделям потребления и производства

Цель 13. Принятие срочных мер по борьбе с изменением климата и его последствиями.

Цель 14. Сохранение и рациональное использование океанов, морей и морских ресурсов в интересах устойчивого развития

Цель 15. Защита и восстановление экосистем суши и содействие их рациональному использованию, рациональное лесопользование, борьба с опустыниванием, прекращение и обращение вспять процесса деградации земель и прекращение процесса утраты биоразнообразия.

Цель 16. Содействие построению миролюбивого и открытого общества в интересах устойчивого развития, обеспечение доступа к правосудию для всех и создание эффективных, подотчетных и основанных на широком участии учреждений на всех уровнях

Цель 17. Укрепление средств осуществления и активизация работы в рамках Глобального партнерства в интересах устойчивого развития

Всемирная туристская организация World Tourism Organization UNWTO (ЮНВТО) поддерживает принятие Целей устойчивого развития (ЦУР) Туризм может внести важный вклад в достижение ЦУР, особенно в таких областях, как создание рабочих мест, устойчивое потребление и производство, а также сохранение природных ресурсов. «В процессе развития туризма основное внимание должно уделяться таким вопросам, как изменение климата, эффективное управление ресурсами, сокращение масштабов бедности и всеохватный рост экономики. Теперь, когда цели утверждены, настало время активизировать наши действия, продвигать политику и бизнес-стратегии, обеспечивающие мониторинг и сведение к минимуму негативного воздействия развития туризма и максимизацию его положительного воздействия, в частности, через посредство распределения приносимых им выгод между принимающими общинами», сказал Генеральный секретарь ЮНВТО Талейб Рифаи. [9].

ЦУР - универсальный план действий для людей, планеты и процветания всех стран, содержащий 17 целей и требующий участия всех заинтересованных сторон на основе партнерских связей. ЦУР были приняты 70-й сессией Генеральной Ассамблеи ООН 25 сентября 2015 года.

Туризм включен в ЦУР в качестве целевого показателя целей 8, 12 и 14: целевой показатель 8.9 цели 8, касающейся содействия «неуклонному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех», заключается в том, чтобы «к 2030 году обеспечить разработку и осуществление стратегий поощрения устойчивого туризма, способствующего созданию рабочих мест, развитию местной культуры и производства местной продукции».

Целевой показатель 12.Б цели 12, направленной на «Обеспечение рациональных моделей потребления и производства», заключается в том, чтобы «Разрабатывать и внедрять механизмы для мониторинга воздействия устойчивого развития на устойчивый туризм, обеспечивающий создание рабочих мест и содействующий развитию местной культуры и производству местной продукции».

Целевой показатель 14.7 цели 14, направленной на «Сохранение и рациональное использование океанов, морей и морских ресурсов в интересах устойчивого развития», заключается в том, чтобы «Увеличить к 2030 году экономические выгоды от устойчивого использования морских ресурсов для малых островных развивающихся государств и наименее развитых стран, в том числе за счет рационального управления рыбными запасами, аквакультурой и туризмом»<sup>[51]</sup>.

Около миллиарда человек ежегодно путешествуют, это дает возможность туристическому бизнесу развивать устойчивую экономику, способствовать созданию рабочих мест. В течение последующих лет туризм должен способствовать наращиванию устойчивого экономического роста, решению вопросов в области образования, социальной защиты, эффективного использования природных ресурсов, создания инновационных экологических технологий, сохранения культурного наследия и разнообразия, взаимопонимания и мира.

Российская Федерация сегодня занимает прочное положение на рынке международного туризма. В 2012 году Россия вошла в 10 стран-лидеров по количеству прибытий иностранных граждан, заявив серьезный темп роста этого показателя (13 процентов). На нашу страну в 2012 году приходилось 4,8 процента всего туристского потока в мире. При этом граждане Российской Федерации формируют по-прежнему активный выездной туристский поток. В 2012 году наша страна заняла 5-е место по расходам туристов.

В оценках Всемирной туристской организации при ООН принято географическое деление мира на укрупненные регионы и субрегионы. В соответствии с такой классификацией Российская Федерация относится к группе стран Центральной и Восточной Европы, куда также входят большинство стран СНГ, Чехия, Венгрия, Польша, Болгария, Словакия и Румыния.

Современный этап стратегического планирования развития туризма связан с необходимостью закрепления результатов, достигнутых на предыдущих этапах.

Первоначально главной целью такого планирования были определение правовой базы, законодательство, восстановление и создание новых элементов туристской инфраструктуры. Далее акцент стратегического планирования сместился в сторону стимулирования предпринимательских инициатив регионов, определения мест расположения свободных экономических зон и туристских кластеров, а также отбора реализуемых в них инвестиционных проектов.

За последние 15 лет отрасль добилась определенного уровня развития, и к настоящему моменту появились предпосылки для интенсивного развития туризма, основанного на принципах комплексности, устойчивости и ориентации на человека.

Сегодня именно человек с его потребностями, культурным потенциалом, качеством жизни, безопасностью становится центральным звеном и основной целью в развитии экономики вообще и сферы туризма в частности.

Туризм сегодня должен стать локомотивом развития регионов, связующим звеном между коммерческими интересами различных сфер бизнеса, приоритетами государственной политики и культурными потребностями общества. Единство целей и задач развития страны позволит успешно реализовывать программно-целевые инструменты для роста культурного уровня, духовного потенциала и благосостояния страны и каждого ее гражданина.

Таким образом, целью развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года является комплексное развитие внутреннего и въездного туризма с учетом обеспечения экономического и социокультурного прогресса в регионах Российской Федерации.

Выполнение поставленной цели требует решения следующего комплекса задач:

формирование доступной и комфортной туристской среды;

повышение качества и конкурентоспособности туристского продукта Российской Федерации на внутреннем и мировом рынках;

реализация и усиление социальной роли туризма, в том числе развитие социального, лечебно-оздоровительного, детского, юношеского и молодежного туризма;

совершенствование системы управления и статистического учета в сфере туризма;

обеспечение роста экономики и качества жизни населения регионов Российской Федерации за счет развития туризма;

комплексное обеспечение безопасности в сфере туризма и устойчивого развития сферы туристских услуг;

продвижение туристского продукта Российской Федерации на внутреннем и международном туристских рынках;

интеграция сферы туристских услуг, предоставляемых Республикой Крым и г. Севастополем, в систему управления туризмом и профессиональное туристское сообщество Российской Федерации.

Приоритетными направлениями регулирования туризма в Российской Федерации являются:

унификация качества туристских услуг в стране, приведение их в соответствие с международными стандартами;

создание и развитие комфортной информационной туристской среды, включая систему туристской навигации, знаки ориентирования, информацию о туристских ресурсах и программах регионов;

усиление роли туризма в просвещении и формировании культурно-нравственного потенциала населения регионов Российской Федерации;

координация усилий всех регионов по продвижению туристского продукта Российской Федерации (рис. 5).

При этом основными показателями достижения цели развития туризма в Российской Федерации следует считать:

увеличение спроса на отечественный туристский продукт со стороны россиян, в том числе за счет переориентации части потребительского спроса с выездных туристских направлений на внутренние;



Рис. 5. Методы государственного регулирования туризма\* •авторская разработка

- - привлечение большего количества иностранных туристов;
- - увеличение количества повторных поездок, расширение набора потребляемых туристами услуг и удлинение периода пребывания туристов на отечественных курортах; развитие социального туризма.

Принципами развития туризма в Российской Федерации являются:

использование комплексного подхода к развитию туризма;

интеграция планов развития туризма во все сферы народного хозяйства и социальной жизни общества (образование, здравоохранение, социальное обеспечение, культура, искусство, наука, промышленность, сфера услуг);

инновационный характер развития туризма;

стимулирование предпринимательских инициатив участников туристского бизнеса, создание условий для роста количества малых предприятий;

обеспечение межкультурной коммуникации и международного сотрудничества при организации туристских программ;

сбалансированность интересов всех участников процесса развития туризма (потребители, бизнес, некоммерческие организации, органы государственного управления, местные жители);

ориентация на показатели качества жизни населения при оценке влияния туризма на социально-экономическое развитие регионов;

устойчивость развития туризма, учет экологических и социокультурных рисков, ориентация на неистощимое использование туристских ресурсов.

Универсальность форм туристского общения позволяет также более широко трактовать понятие туризма как особый род межличностной деятельности, которая в условиях интернационализации жизни превратилась в форму использования свободного времени, средство межличностных связей в процессе политических, экономических и культурных контактов, в один из факторов, определяющих качество жизни.

О.Е. Афанасьев, М.С. Оборин и Е.Ю. Шман пишут, что туристский бизнес представляет собой динамичную и доходную отрасль с высоким потенциалом. Богатое культурно-историческое наследие и уникальные природные условия являются грандиозным ресурсом для развития туристской индустрии в России<sup>[6]</sup>.

Туризм является пространственной разноплановой деятельностью, касающейся многих аспектов жизни и разных сфер экономики. В определенном содержании практическая невозможность формулировки унифицированного определения туризма отражает его сложность.

Но вместе с тем это подчеркивает и его несовершенство как сферы научных исследований.

Рост экономического значения туризма сопровождался формированием системы статистического учета путешествующих. Под туризмом в статистике понимается одна из форм миграции населения, не связанная с изменением основного местожительства или работы.



Конкретные предложения по терминологии туризма содержатся в документе Всемирной туристской организации «Рекомендации по статистике туризма». Базовые определения понятий «туризм», «турист» и других, связанных с туризмом, положено в основу терминологической части нормативно-правовых актов разного уровня - международных конвенций, директив Европейского Союза, законов разных стран.

Выяснению в этом случае подлежат, прежде всего, вопросы сущности туризма как отрасли и индустрии, сектора и сферы, их форматов с использованием системы статистических показателей.

Важное значение в процессе формирования единого толкования терминов в сфере туризма играет также устойчивость позиций по образованию и использованию дефиниций «туристский» и «туристский». Этот вопрос является предметом продолжительной дискуссии.

Логическим, на наш взгляд, является подход, когда все термины, которые происходят от слова «туризм» как вида хозяйственной деятельности, должны формулироваться как «туристский». Поэтому корректными являются выражения: туристский бизнес, туристская деятельность, туристская услуга, туристский продукт и т.п.

Все термины, происходящие от слова «турист» или «туризм» как вида развлекательной деятельности человека и характеризующие деятельность потребителя готового туристского продукта, т.е. характерную деятельность туриста в свободное от работы время, должны отмечаться как «туристский». Например, туристский спрос, туристские потоки, туристские соревнования и т.п.

Особенно актуальным является решение этого вопроса для использования терминов, разных по своему экономическому содержанию. Сущность любого явления (объекта исследования и управления) так или иначе, отображается в его определении. Туризм - это сложное социально-экономическое явление, которое характеризуется наличием большого количества трактовок.

Предпринимательская деятельность в туризме объективно выделилась в процессе общественного разделения труда и должна быть четко определена по месту, границами и форматами в структуре национальной экономики. Сфера туризма является одним из понятий, широко применяемым в специальной литературе и практической деятельности. Термин «сфера» можно трактовать как сферу действия или деятельности, границы распространения.

Относительно предложения туристского продукта в широком понимании этого слова (валовой туристский продукт) к сфере туризма целесообразно отнести все предприятия и организации, которые, осуществляя деятельность в пределах определенной области или определенного вида экономической деятельности, вырабатывают, реализуют и организуют потребление разнообразных услуг и товаров туристу независимо от роли, которую играет туризм в формировании доходов этих предприятий (рис. 6).



Рис. 6. Структура туристского рынка\*

•авторская разработка

Важным аспектом характеристики туризма как сферы экономической деятельности является доступ к туристским ресурсам, право владения или пользования ими. Туризм охватывает производство и реализацию туристских услуг и товаров разными организациями, владеющими туристскими ресурсами.

Многоаспектность проявления туризма подчеркивает объективную невозможность определить его объемы как системы, тем более, что часто использование термина распространяется не только на сферу предложения, экономическую деятельность, но и на сферу туристского движения, политические, социальные естественные условия его

осуществления. Однако для определения отдельных форматов туристской системы существуют предпосылки<sup>1</sup>.

"Гуляев, В.Г. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие. Учебник/ В.Г. Гуляев, И.А. Селиванов. - М.: Советский спорт, 2008. - 280 с.

Характеризуя туризм как сферу, которая охватывает комплекс видов экономической деятельности, необходимо структурировать его по степени важности удовлетворения тех или иных потребностей туристов. В основу целесообразно положить систематику человеческих потребностей, типов туристов и классов туров. Структурирование необходимо и с целью определения границ сферы бизнеса и социального туризма.

Провозглашая туризм одним из приоритетных направлений государственной политики в сфере экономики и культуры необходимо определить полномочия центральных органов исполнительной власти в сфере туризма, регламентировать определенные действия в законодательно регулируемой сфере, к которой входит предоставление характерных и сопутствующих туристских услуг.

Такой подход содержит в себе определенные недоразумения, которые базируются на неопределенности ни одним из законодательных и нормативных документов сущности туризма, несогласования этого понятия с содержанием таких понятий, как «туристская услуга», «туристский продукт», «характерные и сопутствующие туристские продукты».

Продуктом труда в туристской деятельности является, как правило, комплексный туристский продукт, который на рынке приобретает форму особого вида товара, становится объектом купли-продажи и реализуется путем предоставления населению туристской услуги<sup>[7]</sup>.

С точки зрения формирования предложения на рынке пакета услуг для туриста действительно существует однотипная продукция, которая обеспечивается деятельностью таких основных типов предприятий, как туристские операторы, туристские агенты и туристско- экскурсионное бюро.

В широком понимании можно утверждать об однотипности удовлетворяемых потребностей людей, а именно потребностей в путешествиях, отдыхе и содержательном проведении досуга путем передачи потребителю (туристу) права потребления товаров и услуг, которые сформированы специализированными (туристскими) предприятиями. Однако, необходимо заметить, что в этом случае применяется довольно обобщенный подход к определению туристских потребностей.

Используя обобщенный подход, также можно утверждать, что существует однотипная технология производства туристских услуг: формирование целостного туристского продукта, реализация его потребителю и организация потребления туристского продукта путем осуществления туристского сопровождения.

Технология производства туристских услуг без сомнения имеет свою специфику и не может быть отождествлена с технологией, например, предоставления услуг по размещению, питанию и развлечениям и производством товаров туристского назначения.

В отличие от технологии производства и реализации товаров в технологическом процессе производства и реализации туристских услуг отсутствует этап их накопления, что обусловлено специфическими чертами услуг, в частности, невозможностью их сохранения и складирования, а потому характерным является совпадение во времени и пространстве их производства и реализации.

Кроме того, туристские предприятия одновременно являются производителями туристских услуг и оптовыми посредниками между производителями разнообразных услуг и товаров, входящих в состав туристского продукта (услуги размещения, питание).

Таким образом, предприятия, выполняющие функции производства, организации реализации и потребления туристского продукта, т.е. осуществляющие деятельность по организации путешествий путем предоставления туристских услуг, целесообразно отнести к единой сфере - туристской.

Комплексность является важной характерной особенностью туристского продукта. Производство каждой из его составляющих обеспечивается предприятиями разных отраслей

экономики, с собственной однотипной и вместе с тем специфической технологией производства.

При этом удовлетворяются довольно разные потребности туриста. На удовлетворение разнообразных потребностей человека и платежеспособного спроса населения в широком понимании фактически направлена деятельность туристской индустрии.

При определении сущности понятия «туристская индустрия» в законодательных или нормативных документах необходимо учитывать два положения: общее определение туристской индустрии в соответствии с международным нормативным статистическим документом; перечень видов экономической деятельности, признанных характерными для туризма.

Термин «сектор туризма» все чаще используется в международных документах по вопросам развития туризма. Туризм является единым крупным сектором международной торговли услугами, охватывающем широкий спектр видов экономической деятельности, и в настоящее время считается наибольшей индустрией в мире.

Туристскую отрасль можно охарактеризовать как фрагментарную. Функционирующие в ней субъекты хозяйствования представлены преимущественно малыми и средними предприятиями, по форме собственности — частными, их количество на рынке — значительная (десятки и сотни тысяч) и нет ни одного предприятия со значительной долей в общем объеме продаж продуктов отрасли.

Перечень видов деятельности, характерных для туристской индустрии, не ограничивает значение туризма. Он предназначен для более четкого определения и конкретизации форматов и ареала исследований, которые должны охватывать как аспекты спроса, так и аспекты предложения туристских продуктов путем выявления тех видов деятельности, которые, кроме характерных, имеют определенное отношение к сектору туризма. Этот перечень позволяет также из всех специфических туристских продуктов, составлять собственный перечень характерных видов туристской деятельности по степени их важности для экономики в целом и, в частности, для туристского бизнеса<sup>[8]</sup>.

По результатам исследований доля выручки от реализации товаров и платных услуг, приходящихся на туристское потребление, составляет: в отелях и других коллективных и индивидуальных средствах размещения без ресторанов - 100%, в отелях и других коллективных и индивидуальных средствах размещения с ресторанами - 90%, в учреждениях ресторанного хозяйства в зависимости от специализации региона - от 20 до 60%, на железнодорожном, в автомобильном и других видах сухопутного, водного и воздушного транспорта, как правило, - 60-80% (исключение составляют предприятия, предоставляющие услуги исключительно туристам, например, круизные и экскурсионные автобусы).

Туристская индустрия включает совокупность учреждений, основная производственная деятельность которых относится к характерным туристским видам деятельности - отели и рестораны; транспорт; туристские операторы, бюро путешествий, туристские агентства и экскурсоводы, другие субъекты деятельности по предоставлению помощи туристам; финансовое посредничество, операции с недвижимостью (аренда неосновного частного жилья), транспортных средств; деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта.

Сектор туризма является составной частью хозяйственного комплекса, охватывающего характерные виды туристской деятельности.

Системный подход к изучению процессов нуждается в просмотре и уточнении существующих позиций в национальной законодательной и нормативной документации.

На основе исследований значимости услуг в процессе обеспечения потребностей туристов, иерархичности структурного построения туристской индустрии и системы туризма в целом целесообразно, на наш взгляд, разработать, гармонизировать и дополнить в установленном порядке положение, в котором обобщить и сгруппировать виды экономической деятельности, характерные для туризма.

Это будет оказывать содействие согласованию подходов к определению туристских затрат на вспомогательных счетах в туризме в системе национальных счетов, а также структурированию механизма государственного управления туризмом в стране.

Дискуссионным является структурно-логическое место деятельности санаторно-курортных организаций. Оно не отвечает ни одному нормативному международному документу. В этих документах курорты определяются как средство размещения и соответственно они являются объектом управления в системе туризма, а не охраны здоровья.

В условиях рыночной экономики туризм можно рассматривать как вид предпринимательской деятельности, которая приносит прибыль и удовлетворяет специфические потребности, связанные с использованием свободного времени и с путешествиями. В пределах этого подхода туризм как вид хозяйственной деятельности имеет название «туристский бизнес».

Главными критериями по принадлежности субъектов хозяйствования к туристскому бизнесу являются: значение услуги, которую вырабатывает субъект, или всего произведенного туристского продукта для организации и реализации путешествия; зависимость продаж произведенного продукта от величины туристского спроса, причем на определенный продукт может существовать (и по обыкновению существует) спрос местного населения; наличие туристских потребностей, для удовлетворения которых предназначен произведенный субъектом хозяйствования продукт; получение прибыли субъектом от осуществления деятельности в сфере туризма.

Понятие туристского бизнеса считается более узким по сравнению с термином «туристская индустрия», поскольку последний охватывает всю функционирующую для поддержки туристского бизнеса и туристов институциональную сферу, в том числе и общественную.

Но изучение закономерностей функционирования и развития туристского бизнеса невозможно без исследования близкого и дальнего окружения его хозяйствующих субъектов, в том числе организаций разного уровня государственного регулирующего влияния. Только в таком случае будет обеспечено раскрытие экономической природы туризма с позиций системного подхода.

Поэтому участниками туристского бизнеса целесообразно считать три основные большие группы: туристы, субъекты хозяйственной деятельности (субъекты туристского бизнеса) и государственные и негосударственные неприбыльные организации, деятельность которых направлена на регулирование развития сферы туризма.

Углубление научных основ развития туризма инструментарием отраслевого менеджмента и использование его в практической деятельности позволяет сделать выводы о существовании альтернативных научных взглядов на экономические, экологические и социальные аспекты механизма развития туризма.

Они в равной мере касаются отдельных вопросов общего регулирования сегментов туристского рынка по приоритетным видам туризма; маркетинговым, экономическим и организационно-управленческим инструментам механизма развития субъектов хозяйствования - объектов туристской инфраструктуры; методов мотивации (или демотивации) потребителя туристских услуг, уровня образования относительно устойчивого развития туризма.

В последнее время в развитии туризма довольно заметно стали сказываться тенденции, связанные с общим экономическим ростом и отрицательными его последствиями влияния на окружающую среду.

Необходимость перехода к новой экономической парадигме жизнедеятельности человека, основанной на видении экономики как подсистемы в пределах глобальной экосистемы и туризма как интегрированной системы в пределах экономической системы, обусловили обоснование основных положений концепции устойчивого развития туризма.

Вместе с тем с общим динамическим расширением сектора туризма можно увидеть дальнейшее развертывание географии путешествий и диверсификацию туристских маршрутов. Ключевыми тенденциями качественных параметров развития стали: углубление сегментации рынка; быстрое развитие новых форм туризма, связанных с ознакомлением с природой, флорой и фауной, сельскими районами и культурным достоянием; повышенные

требования к качеству туристского обслуживания, проблемы охраны окружающей среды; охрана традиционной культуры и быта местного населения.

Международные туристские формальности стали той исходной точкой, которая поставила перед человечеством и перед научной общественностью задачи обеспечения безопасности туристского движения и туристской деятельности.

Международная общественность также определила основные аспекты отрицательного влияния интенсивного и неконтролируемого развития туризма, связанные с процессами глобализации. Теория глобализации является одной из важнейших проблем экономической науки. В общем плане глобализация означает выход национальных экономик за границы национальных границ.

Нельзя не согласиться с мнением В.Л. Мутко, С.А. Цветкова, А.В. Таймазова и М.Л. Антипова в том, что глобализация как переход от экономик отдельных стран к экономике международного масштаба оказывает ключевое влияние на все современные тенденции в развитии мирового хозяйства<sup>[9]</sup>.

Импульсом этого процесса была НТР, в результате которой каждой стране стало невыгодно иметь собственное производство. Начался процесс поиска собственной ниши в мировом хозяйстве. Эта возрастающая взаимосвязь приобрела глобальный характер.

Поэтому в экономическом аспекте содержание глобализации состоит в возрастающем взаимодействии между странами: когда рынки товаров, целевого капитала все теснее взаимосвязанными, происходит значительное увеличение масштабов мировой торговли, валютных потоков, движения капитала, обмена технологиями, информацией и др.

Мы согласны с мнением Е.В. Бокаревой в том, что многим собственникам целевого капитала, возможно, потребуются дополнительные знания в области финансов и инвестиций для того, чтобы участвовать в разработке или выборе инвестиционной стратегии фондов<sup>[10]</sup>.

Близкими являются понятия «интернационализация хозяйственной жизни», но глобализация - высший этап интернационализации, когда будет обеспечено объединение интересов, развитых и развивающихся, богатых и бедных стран, довольно устойчивое развитие всей глобальной системы и восстановление равновесия между обществом и природной средой. Проблемы глобализации имеют несколько аспектов: экономические, экологические, этнические.

Можно выделить несколько источников этих процессов, которые в совокупности образуют явление глобализации в целом. К ним мы относим:

- - стабильные отрицательные экологические и другие последствия хозяйствования человека на планете, которые достигли масштабов, близких к опасности окончательного использования невозобновляемых природных ресурсов;
- - появление первых субъектов мировой экономики и политики (транснациональные корпорации, государства, межправительственные организации), объединение интересов которых позволяет им действовать глобально в одной или нескольких сферах жизнедеятельности;
- - активность таких субъектов направлена на обеспечение их текущих интересов.

Явления глобализации в международных отношениях первыми проявили себя тогда, когда транснациональные корпорации достигли оборотов, превышающих ВВП большинства государств; а кроме того, через транснациональную деятельность они получили возможность избежать национального контроля со стороны государственных и общественных структур отдельной страны.

Ресурсы позволили влиять на государства, фактически ограничивая их суверенитет. В совокупности все это означало, что в международной экономической деятельности утвердились новые центры принятия решений и практической власти, способные влиять на правила ее осуществления и даже формировать их на глобальном уровне (рис. 7).

Глобализация возникает на базе развитого международного разделения труда, кооперации, интернационализации разных видов деятельности. Она создает и развивает новые глобально взаимозависимые виды деятельности во всех сферах экономики, науки, культуры; порождает

необходимые ей финансовые потоки, не останавливаясь перед границами государств, и приводит к специфическим экологическим и другим глобальным последствиям.

Процессы транснационализации и глобализации в международном туристском бизнесе наиболее ярко сказываются в индустрии гостеприимности, в которой они приобретают форму гостиничных цепей.

М. Арифуллин отмечает, что гостиничное хозяйство динамично развивается. Услуги гостиничных предприятий (основные — размещение и питание — и ряд дополнительных) являются туробразующими и имеют долю, доходящую в ряде случаев до 40% в общей цене турпакета<sup>[11]</sup>.



Рис. 7. Глобализация мировой экономики\*

\*авторская разработка

Предмет исследования устойчивого развития туризма довольно широкий, сложный и практически неограниченный. Необходимо признать, что идеи, концепции и теории могут быть лишь предпосылкой устойчивого развития туризма, дискуссии о котором чаще базируются на утверждениях о ценностях, чем на эмпирических данных.

Малые формы туризма, т.е. небольшие туристские потоки к определенной дестинации (как правило, самостоятельный туризм), на первый взгляд, должны осуществлять меньшее отрицательное влияние на экологию и социально-бытовой уклад жизни местных общин. Однако это не всегда соответствует действительности, поскольку этот процесс почти не подвергается контролю и управлению, туристское движение недостаточно обеспечено необходимой инфраструктурой.

Недостаточность предметных исследований не позволяет сделать выводы о приоритетности развития туризма по сравнению с другими отраслями и секторами экономики по критериям масштаба влияния на окружающую природную и социальную среду каждого из них.

Важно определиться, что из альтернативных направлений и видов деятельности в структуре хозяйственного комплекса является более целесообразным. Одним из направлений является развитие сельского, зеленого, экологического и спортивно-оздоровительного туризма, что обуславливает восстановление народных традиций и местных промыслов, и лишь в определенной мере отрицательно влияет на окружающую среду.

Другое направление - интенсивная промышленная заготовка дерева, снабжение первичного сырья для деревообрабатывающей промышленности, что является также возможным путем решения социально-экономических проблем, но временным, с потерей культурной самобытности и рекреационного потенциала региона для будущих поколений.

Обоснование национальных и местных программ устойчивого развития туризма должно базироваться, на наш взгляд, на сравнительной комплексной характеристике всех рычагов влияния. Парадоксально, но на современном этапе вопрос развития зеленого и экологического

туризма как проявления постоянных («экологически рациональных») его форм является дискуссионным.

Быстрое развитие сектора туризма в развивающихся странах становится причиной серьезных социальных перекосов и увеличения «давления» на экосистемы и окружающую среду. Маркетинг впечатлений таких государств, а также их ограниченные возможности осуществления альтернативных стратегий развития является причиной особой актуальности планирования мероприятий по решению проблем влияния туристской деятельности на окружающую среду.

В решении вопросов устойчивого развития туризма ключевым фактором становится образование и уровень качества жизни населения. По мере создания туристской инфраструктуры абсолютной необходимостью становится развитие на национальном уровне общего туристского образования для населения в целом, в частности, в школах.

В.Р. Мединский пишет, что работодатель, причинивший ущерб имуществу работника, должен возместить этот ущерб в полном объеме. Размер ущерба исчисляется по рыночным ценам, действующим в данной местности на день возмещения ущерба<sup>[12]</sup>.

С целью предоставления нового импульса реализации задач по оптимизации соотношений и эволюции системы «общество-природа», необходимо разработать конкретные механизмы и планы действий, а также графики их реализации на всех уровнях функционирования социума. Изучение и анализ развития туризма необходимы для разработки и корректировки национальных стратегий развития туристских территорий.

В контексте устойчивого развития туризма ключевыми являются вопросы постоянного (беспрерывного) согласования и гармонизации взаимоотношений человека и его окружения по:

- - вектору времени - достижение краткосрочных и долгосрочных целей в решении альтернативных проблем получения быстрой и максимальной прибыли туристским бизнесом, использование туристских ресурсов в пределах возобновляемого процесса или оптимизация этих взаимоотношений;
- - вектору пространства - удовлетворение потребностей международного туристского движения и международного капитала в решении проблем географического продвижения туристских потоков во все новые местности, экологически чистые и заповедные зоны, труднодоступные места без определенных ограничений, улучшение экономических условий развития местных общин, консерватизм отдельных потенциальных дестинаций.

Нельзя не согласиться с мнением О. Васильевой в том, что консервативная идеология уберегала Россию от революционных потрясений, которые имели место в Европе. Тогдашняя революционная волна не преодолела российских границ<sup>[13]</sup>.

Конфликт интересов в пределах каждого вектора является динамическим и многофакторным. Поэтому поиск путей решения его находится в плоскости соблюдения принципов и критериев устойчивого развития туризма, разработки механизма партнерства между всеми заинтересованными сторонами процесса. Критика отрицательного влияния туризма на окружающую среду совпала во времени с теоретической дискуссией о постоянном развитии общества и постоянном развитии туризма, и политических решениях по этим взаимосвязанным вопросам.

В разработку основ концепции устойчивого развития туризма как составной целостной парадигмы устойчивого развития общества в целом в том виде, в котором оно сложилось на современном этапе, заложено, как минимум, понимание сбалансированного единства экономических, социальных и экологических характеристик. Можно уверенно утверждать, что концепция устойчивого развития — ныне является безальтернативной основой моделирования развития мира, отдельных стран, регионов и межрегиональных образований, отдельных отраслей (видов экономической деятельности) и секторов экономики, субъектов хозяйствования.

Требования жизни обусловили углубление теории в разных научных направлениях и аспектах. Так, для социальной гуманитарной мысли характерным является видение будущего сквозь призму постиндустриализма как обязательного этапа развития цивилизации.

Критерий - это правило, по которому отбираются средства для достижения цели. Цель указывает желательное состояние системы в запланированном будущем периоде, а критерий определяет эффективный способ достижения цели, отвечает на вопрос, какой ценой может быть достигнута избранная цель.

Критерий устойчивого развития туризма должен быть согласован с критерием устойчивого развития общества в целом - обеспечением высокого уровня качества жизни<sup>[14]</sup>. В этом контексте можно утверждать, что именно туризм и возможность принимать участие в туристском движении является критерием устойчивого развития общества.

Учитывая общие методологические подходы к формированию критериев относительно любого процесса, а также суть целевой функции устойчивого развития туризма, необходимо сделать упор на множественности его составляющих. На наш взгляд, критерий устойчивого развития туризма должен быть триединым, взаимосвязанным по таким компонентам: доступность - качество - безопасность.

Конкретизируя каждую из компонент определенного критерия развития туристской области деятельности в контексте постоянства, укажем, что доступность предусматривает максимизацию удовлетворения туристских потребностей и уровня охвата разных демографических и социально-статусных групп населения туристским движением; качество - соответствие предложения туристских услуг разнообразным запросам потребителей в пределах общечеловеческих этических норм морали.

Безопасность как составляющую критериев устойчивого развития можно рассматривать проявлением или одной из свойств качества.

Однако, учитывая множественность факторов и межотраслевых взаимосвязей ее обеспечения, эта компонента выделена нами отдельно.

Таким образом, концепция устойчивого развития имеет сквозной характер и отражается в каждой сфере человеческой деятельности. Туризм как интегрированная система охватывает все стороны бытия и значительное количество привлеченных видов экономической деятельности для удовлетворения потребностей туристов, является приоритетным объектом имплементации критериев и принципов устойчивого развития, обуславливающих требования гармонического сосуществования всех субъектов туристского бизнеса с окружающей средой.

*Источник:*

[https://bstudy.net/769883/turizm/kontsepsiya\\_ustoychivogo\\_razvitiya\\_turistskoy\\_industrii?ysclid=lh20vdhgkk917921684](https://bstudy.net/769883/turizm/kontsepsiya_ustoychivogo_razvitiya_turistskoy_industrii?ysclid=lh20vdhgkk917921684)

#### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Устойчивое развитие туризма на национальном уровне (на примере одной стран).
2. Устойчивость биосферы.
3. Роль Глобального этического кодекса туризма в развитии устойчивого туризма.
4. Симплекс- метод решения задач линейного программирования, его достоинства и недостатки
5. Система экологического менеджмента с позиции устойчивого развития туризма.
6. Учение В.И. Вернадского о биосфере и её эволюции. Учение о ноосфере.



# 1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

## 2. Тема лекционного занятия.

### Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах

#### Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма

#### 3. Цели занятия.

- ознакомление с основными типами математических моделей и методов, используемых в социально-экономической области;
- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- ознакомление с формальным аппаратом математических моделей; выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

#### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения   |
|-------|---|--|
| 1.    | Основными задачами функционирования и развития туристической отрасли, решаемыми применяя математическое моделирование | Вводная лекция<br>Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия   |
| 2.    | Виды математических моделей устойчивого развития туризма  | Информационная лекция<br>Обзорная лекция<br>Лекция-дискуссия<br>Проблемная лекция<br>Лекция с применением обратной связи |

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

##### Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма

##### Текст лекции.

Научное обоснование устойчивого функционирования сложных технических систем появилось еще в XX в. Термин «устойчивое развитие» - перевод английского научного термина *sustainable development* - был заимствован учеными из биологии и стал употребляться в других отраслях науки и техники.

Используя научные разработки в области теории вероятностей, математического, логического и физического моделирования, видные отечественные и зарубежные ученые создали теорию надежности сложных систем. Благодаря данным фундаментальным исследованиям удалось создать прикладные инструменты контроля и прогнозирования надежности в космической отрасли, энергетике, атомной промышленности, в военной сфере и др.

Данные исследования послужили основой для разработки теоретических и практических рекомендаций для иных сложных систем, в том числе социально-экономических. Впоследствии принципы надежности и устойчивого развития экономики нашли широкое практическое применение при разработке отраслевых программ развития:

промышленности, транспорта, торговли, связи и других отраслей производственной сферы и сферы услуг.

Туризм является сложной социально-экономической системой, в которой его экономические функции постоянно трансформируются в социальные, и наоборот. В связи с этим в последние годы наблюдается интерес к созданию концепции и инструментов устойчивого развития туризма как сложной социально-экономической системы.

Рассмотрим влияние основных факторов на устойчивое развитие туризма. Число таких .....

Экономико-математическое моделирование устойчивости сложной многофакторной системы начинается с классификации факторов и группировки их по определенным признакам воздействия на систему. При этом следует выявить природу и степень воздействия каждого из факторов на всех основных стадиях жизни системы: создания (формирования), становления (нормального функционирования в заданных параметрах) и последующего преобразования (модернизации).

Природа воздействующих на систему факторов частично выявляется степенью прогнозирования каждого из них. Из всей совокупности факторов, определяющих устойчивое развитие туризма, часть являются непрогнозируемыми, другая часть - прогнозируемы с высокой вероятностью надежности прогноза и оставшаяся часть факторов - прогнозируются с низкой вероятностью.

При экономико-математическом моделировании устойчивого развития туризма как многофакторной социально-экономической системы следует учитывать:

- инфраструктурную составляющую (группа технологических, экономических, экологических, структурных, климатических и техногенных факторов);
- социальную составляющую (группа политических, трудовых, демографических и иных факторов).

В группе социальных факторов следует особо выделить человеческий фактор[2]. Стремительное развитие научно-технического прогресса предъявляет к человеку все более жесткие требования, а консервативный психоэмоциональный аппарат человека все чаще оказывается неспособным адаптироваться к новым высокоскоростным технологическим нагрузкам. Это означает, что психическая и биологическая адаптация человека не поспевает за быстротекущими социально-экономическими процессами.

Высококумулятивные стрессы человека являются причиной тяжелых техногенных аварий и катастроф. В настоящее время надежность сложных технических систем намного выше «надежности» биосистемы человека. Такой разрыв уже проявляется в форме непрогнозируемых отказов сложных технических объектов по причине человеческого фактора. Ученые прогнозируют рост таких отказов в будущем, в том числе в сложных социально-экономических системах.

На Международной конференции ЮНЕСКО в Салониках, которая подвела итоги Саммита по устойчивому развитию, состоявшегося в Рио-де-Жанейро, было подчеркнуто, что устойчивое развитие должно определяться не только инфраструктурными факторами. Главным фактором устойчивого развития сложных социально-экономических систем, включая туризм, был назван человек, а само определение «устойчивое развитие» получило расширенное научное толкование: социально-устойчивое развитие (Human Sustainable Development).

Исходя из этого, для туризма как сложной многофакторной социально-экономической системы целесообразно использовать именно это научное определение - «социально-устойчивое развитие».

С помощью предложенного алгоритма классификации факторов, определяющих социально-устойчивое развитие (рис. 1.6), по аналогии со сложными техническими системами, а также с учетом принципов ООН-ЮНВТО определим основные подходы к

экономико-математическому моделированию развития туризма как многофакторной социально-экономической системы.

В настоящее время не существует точных методик экономико-математического моделирования устойчивого развития сложных социально-экономических систем, в том числе устойчивого развития туризма. В связи с тем, что данные системы являются многофакторными, а сами факторы разно- направлены, основной метод моделирования таких систем — статистический. При этом накапливаются доступные и достоверные статистические данные по каждому фактору на определенном промежутке времени, группируются по своей физической и социально-экономической природе и описываются соответствующими математическими моделями (вероятностными распределениями)[3].

С развитием теории моделирования и совершенствованием электронно-вычислительной техники в перспективе можно вести речь о динамическом моделировании устойчивого развития многофакторных социально-экономических систем, в том числе в режиме реального времени.

Основной проблемой любой методики оценки надежности функционирования сложной системы является достоверная аппроксимация статистической информации соответствующим вероятностным распределением.

С учетом принятой системы классификации основных факторов, их природы и возможности вероятностного прогнозирования предпримем попытку экономико-математического моделирования трех

основных состояний (стадий жизни) многофакторной системы

Стадия создания (формирования) любой сложной системы характеризуется высокой интенсивностью так называемых приработочных отказов, что приводит к нарушению (изменению) заданных социально-экономических показателей системы. Длительность данного периода зависит от исходных параметров системы, способности ее к адаптации под воздействием приведенных факторов. На этой стадии система «встраивается» в соответствующую среду и основное воздействие на нее на этом промежутке времени будут оказывать непрогнозируемые факторы.

.....

Экономическая составляющая устойчивого развития туризма проявляется через развитие региональных экономик, пополнение доходной части бюджетов всех уровней, а также развитие сопутствующих отраслей экономики через мультипликативный эффект туризма.

Воздействие экологической составляющей устойчивого развития туризма в условиях глобализации проявляется через состояние окружающей среды и качество туристско-рекреационных ресурсов.

*Источник:*

[https://bstudy.net/797349/turizm/ekonomiko\\_matematicheskoe\\_modelirovanie\\_ustoychivogo\\_razvitiya\\_turizma\\_nauchnye\\_podhody?ysclid=lh20r1r1ns631795558](https://bstudy.net/797349/turizm/ekonomiko_matematicheskoe_modelirovanie_ustoychivogo_razvitiya_turizma_nauchnye_podhody?ysclid=lh20r1r1ns631795558)

#### **Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:**

1. Идеи Н.Н. Моисеева о коэволюции человека и природы.
2. Индикаторы устойчивого развития туризма.
3. Классификация целей экономических систем.
4. Конференция по окружающей среде и устойчивому развитию в Рио-де-Жанейро (1992). Основные итоги и материалы.
5. Критерии и показатели устойчивого развития.
6. Локальный уровень устойчивого развития. Факторы и механизмы, определяющие возможности устойчивого развития.

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

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

**ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

**1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА**

**2. Тема практического (семинарского) занятия**

**Раздел 1. Моделирование социально-экономических процессов**

**Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. Математические модели и их свойства.**

**3. Цели занятия.**

- изучить основные понятия современной теории с точки зрения возможности моделирования социально-экономических процессов;
- ознакомить обучающихся с основными проблемами принятия социально-экономических решений;
- ознакомление с основными типами математических моделей и методов, используемых в социально-экономической области;
- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- ознакомление с формальным аппаратом математических моделей.

**4. Структура практического (семинарского) занятия.**

| № п/п | Содержание (кратко)                  | Методы и средства обучения                        |
|-------|--------------------------------------|---|
| 1.    | Сущность, виды и функции моделей.    | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Вещественные и абстрактные модели.   | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3.    | Математические модели и их свойства. | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

**Введение.**

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

**Вопросы к обсуждению:**

**1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА**

**2. Тема практического (семинарского) занятия**

**Раздел 1. Моделирование социально-экономических процессов**  
**Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики**

3. Цели занятия.

- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                            | Методы и средства обучения                        |
|-------|--|---|
| 1.    | Основные понятия систем массового обслуживания | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Классификация и характеристики                 | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

Введение.

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

**Вопросы к обсуждению:**

1. Двойственные модели и их применение для нахождения оптимальных решений
2. Метод графов
3. Методы нахождения допустимых решений в транспортных задачах
4. Методы рационального принятия решений
5. Необходимость построения математических моделей.
6. Необходимость управления запасами и математические модели управления

запасами

**ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1**

**Форма практического задания: доклад**

**Перечень тем рефератов к темам раздела 1:**

1. Сущность рыночного прогнозирования и планирования.
2. Цели и задачи прогнозирования и планирования.
3. Взаимосвязь прогнозирования и планирования.
4. Математические модели и их свойства.
5. Модели социально-экономических процессов.
6. Линейное программирование и задачи, которое оно решает.
7. Каноническая и стандартная формы.

**Методические материалы по выполнению доклада.**

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;

4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

#### ***Критерии оценки доклада***

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.**

1. Термин «модель» обычно означает упрощенную реальность или ...  
будущего  
А) опровержение  
Б) доказательство  
В) расчет - обоснование  
Г) прообраз  
Д) описание
2. Моделирование включает процессы ...  
А) постановки цели  
Б) разработки теории  
В) построения модели  
Г) проверки модели на пригодность  
Д) применение модели для получения новых знаний
3. Модели, упрощающие оригинал и сохраняющие подобие лишь по существу, называются ...  
А) изоморфными  
Б) гоморфными  
В) простыми  
Г) имитационными
4. При моделировании заменяют ...  
А) модель на образ  
Б) образ на модель  
В) модель на реальную систему

- Г) оригинал на модель  
 Д) модель на оригинал
5. Моделирование основывается на принципах ..., когда по свойствам модели судят и о свойствах изучаемого объекта, явления, процесса.
- А) соседства  
 Б) близости  
 В) аналогии  
 Г) одинаковой формы  
 Д) подобия
6. При физическом моделировании в модели воспроизводится оригинал с сохранением ...
- А)сходства.  
 Б) мнимого  
 В) виртуального  
 Г) геометрического  
 Д) алгебраического  
 Е) математического
7. Суть всех видов материального моделирования состоит в ... отображении оригинала.
- А) цветовом  
 Б) литературном  
 В) идеальном  
 Г) математическом  
 Д) материальном
8. Идеальное моделирование основывается на ... аналогии оригинала и модели.
- А) точной  
 Б) мыслимой  
 В) приблизительной  
 Г) мнимой  
 Д) идеальной  
 Е) любой
9. При знаковом моделировании моделями служат ...
- А) копии оригинала  
 Б) схемы  
 В) таблицы  
 Г) краткие описания
10. Модель – это
- а) иерархическая система принципов системного анализа  
 б) несовместный с другими вариант выбора  
 с) метод проведения исследований  
 д) условный образ исследуемой системы  
 е) требование, которому должны удовлетворять значения показателя функции полезности  
 ф) система регулятивных принципов практической или теоретической деятельности человека
11. Научное исследование – это.....(несколько вариантов ответа):
- а) изучение причинно-следственных связей, возникающих в реальной действительности  
 б) система регулятивных принципов практической или теоретической деятельности человека  
 с) совокупность принципов системного анализа

d) познавательная деятельность ученого, в процессе которой вырабатывается объективное знание об изучаемом явлении или процессе

e) познавательная деятельность ученого, в процессе которой вырабатывается субъективное знание об изучаемом явлении или процессе

12. Абстрагирование – это.....

a) совокупность приемов и закономерностей расчленения (мысленного или реального) предмета исследования на составляющие его части

b) выведение из общих положений определенных следствий, частных выводов (от общего к частному)

c) совокупность приемов и закономерностей соединения отдельных частей объекта в единое целое

d) мысленное отвлечение от несущественных частных свойств и связей объекта с целью выделения существенных признаков

e) умозаключение от частного к общему (к некоторой гипотезе)

f) исследование каких-либо процессов, явлений, систем путем построения и изучения моделей

g) нет правильного ответа

13. Политический процесс – это ....

a) отражает процесс развития материального производства, присущих ему производительных сил и производственных отношений

b) отражает те отношения, которые происходят в духовной сфере в широком смысле означает «общественный», т.е. принадлежащий не природе, а обществу

c) в узком смысле отражает общественный процесс, происходящий в социальной сфере

d) выражает борьбу различных социальных сил за государственную власть, использование ее для реализации собственных экономических и политических интересов

14. Процесс – это....

a) Структура

b) Явление

c) нет правильного ответа

d) смена одного состояния другим

e) упорядоченная во времени последовательность элементарных событий

15. Социальный процесс – это....

a) отражает процесс развития материального производства, присущих ему производительных сил и производственных отношений

b) выражает борьбу различных социальных сил за государственную власть, использование ее для реализации собственных экономических и политических интересов

c) в широком смысле означает «общественный», т.е. принадлежащий не природе, а обществу; в узком – применяется для характеристики только тех процессов, которые происходят в социальной сфере

d) нет правильного ответа

16. Синтез – это.....

a) умозаключение от частного к общему (к некоторой гипотезе)

b) совокупность приемов и закономерностей расчленения (мысленного или реального) предмета исследования на составляющие его части

c) совокупность приемов и закономерностей соединения отдельных частей объекта в единое целое

d) исследование каких-либо процессов, явлений, систем путем построения и изучения моделей

e) выведение из общих положений определенных следствий, частных выводов (от общего к частному)



f) мысленное отвлечение от несущественных частных свойств и связей объекта с целью выделения существенных признаков

17. Неуправляемый процесс – это.....

- a) процесс, характер которого не поддается изменению в нужном направлении
- b) процесс, который носит спонтанный характер
- c) процесс, который поддается изменению в нужном направлении при сознательном воздействии на них
- d) нет правильного ответа

18. К общенаучным методам исследования относят (несколько вариантов ответа):

- a) восхождение от абстрактного знания к конкретному
- b) социометрический метод
- c) дедуктивный метод познания
- d) контент-анализ;
- e) системный анализ;
- f) метод Дельфи

19. Индукция – это.....

a) совокупность приемов и закономерностей соединения отдельных частей объекта в единое целое b) выведение из общих положений определенных следствий, частных выводов (от общего к частному)

c) умозаключение от частного к общему (к некоторой гипотезе)

d) совокупность приемов и закономерностей расчленения (мысленного или реального) предмета исследования на составляющие его части

e) мысленное отвлечение от несущественных частных свойств и связей объекта с целью выделения существенных признаков

f) исследование каких-либо процессов, явлений, систем путем построения и изучения моделей

### ***Методические материалы по выполнению тестирования.***

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

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

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

### ***Критерии оценки теста:***

*«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.*

*«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.*

## ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

### 1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

#### 2. Тема практического (семинарского) занятия -

#### Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах

#### Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма

#### 3. Цели занятия.

- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

#### 4. Структура лекционного занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)                 | Методы и средства обучения                        |
|-------|-------------------------------------|---|
| 1.    | Устойчивое развитие                 | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Модели устойчивого развития         | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 3.    | Модели устойчивого развития туризма | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

##### Введение.

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

#### Вопросы к обсуждению:

1. Введение А.И. Воейковым понятия «ёмкость Земли для человека».
2. Всемирный саммит по устойчивому развитию в Йоханнесбурге (2002). Основные итоги и материалы.
3. Глобальные модели «ядерной зимы» и «пределов роста» Н.Н. Моисеева, Д. Форестера, Д. Медоуза, Римского клуба. Достоинства, недостатки и значение этих моделей.
4. Глобальный уровень устойчивого развития. Факторы и механизмы, определяющие возможности устойчивого развития.
5. Государственный (национальный) уровень устойчивого развития.

### 1. Учебная дисциплина. МОДЕЛИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

#### 2. Тема практического (семинарского) занятия -

#### Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах

#### Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма

#### 3. Цели занятия.

- ознакомление с основными типами математических моделей и методов, используемых в социально-экономической области;

- ознакомление с прикладными моделями, описывающими функционирование моделируемых систем в различных областях экономической деятельности;
- ознакомление с формальным аппаратом математических моделей; выработка практических навыков построения и анализа теоретических моделей и их приложений в условиях рыночной экономики.

#### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

| № п/п | Содержание (кратко)   | Методы и средства обучения                        |
|-------|---|---|
| 1.    | Основными задачами функционирования и развития туристической отрасли, решаемыми применяя математическое моделирование | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |
| 2.    | Виды математических моделей устойчивого развития туризма  | Групповая, научная дискуссия, диспут<br>Дискуссия |

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

Введение.

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

#### **Вопросы к обсуждению:**

1. Переход Российской Федерации на путь устойчивого развития.
2. Понятие «устойчивое развитие».
3. Постановка задач оптимизации: решающие переменные, ограничения, показатель качества
4. Предпосылки научного понимания взаимодействия человека и природы (археологические культуры и их взаимоотношение с природой).
5. Региональный уровень устойчивого развития. Факторы и механизмы, определяющие возможности устойчивого развития.
6. Родоначалники формализованного описания экономики.
7. Роль Глобального этического кодекса туризма в развитии устойчивого туризма.
8. Технологии устойчивого туризма.
9. Типы математических моделей

### **ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2**

**Форма практического задания: практико-ориентированные задания.**

**Перечень тем практико-ориентированные задания к темам раздела 2:**

1. Работа с рекомендованной литературой и источниками (составление аннотации).
2. Таблица "Археологические культуры и их влияние на окружающую среду".
3. Тематическая презентация "Археологическая культура и ее влияние на окружающую среду" (выбор археологической культуры по желанию студента).
4. Характеристика индустриального и постиндустриального этапов развития общества. Влияние человека на окружающую среду в указанные этапы.
5. Тематическая презентация "Опыт перехода зарубежных стран к устойчивому развитию" (выбор страны по желанию студента).
6. Таблица "Опыт перехода к устойчивому развитию в зарубежных странах" (по результатам тематических презентаций). Обобщения после заполнения таблицы (письменно).

7. Письменный анализ содержания следующих разделов стратегии устойчивого развития Российской Федерации:

- 1) Внешнеполитический аспект стратегии устойчивого развития России.
  - 2) Экономическая стратегия устойчивого развития России.
  - 3) Экологическая политика. Стратегия природопользования и экологизации хозяйственной деятельности России.
  - 4) Социальный аспект стратегии устойчивого развития России.
  - 5) Территориальный аспект стратегии устойчивого развития России.
  - 6) Стратегия развития науки и высоких технологий РФ.
8. Реализация вышеуказанных аспектов стратегии устойчивого развития РФ (программы, мероприятия и т.д.) на региональном уровне (например, в Алтайском крае).

### ***Методические материалы по выполнению практического задания***

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

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

### ***Критерии оценки практического задания:***

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

### ***Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):***

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля –**

### **Компьютерное тестирование**

1. В концепции устойчивого развития гостиничного предприятия выделяют следующие подходы:

- А. Экономический, социально-экономический
- Б. Социальный
- В. Экономический
- Г. Правовой
- Д. Гуманитарный

2. Выберите ключевые направления перехода гостиницы к устойчивому развитию:

- А. Энергоэффективность, ресурсосбережение
- Б. Энергоэффективность, ресурсосбережение, минимизация отходов, сохранение аутентичности среды функционирования, корпоративная культура и ответственность, социальная значимость, экологичность
- В. Соблюдение экологических норм и правил в деятельности
- Г. Внедрение стандартов качества экологического менеджмента

3. Расширенное экономическое воздействие индустрии туризма и гостеприимства на экономику страны (региона пребывания туристов) называется:

- А) мультипликативный эффект
- Б) мультикультурный эффект
- В) мультивариативный эффект

4. Доход туристской дестинации складывается из следующих статей:

- А) прямой доход от продажи мест в средствах размещения
- Б) доход от продажи туристских услуг средствами размещения, экскурсионными компаниями, предприятиями питания, туроператорами.
- В) доход от продажи туристских услуг средствами размещения, экскурсионными компаниями, предприятиями питания, туроператорами, а так же товаров и услуг предприятий легкой, строительной, транспортной промышленности.

5. Из предложенных вариантов ответов выберете тот, в котором перечислены основные направления влияния индустрии туризма и гостеприимства на экономику региона.

- А) оказывает влияние только на экономику региона.
- Б) оказывает влияние только на социальные проблемы общества.
- В) оказывает экономическое, социальное и гуманитарное влияние.

6. Гуманитарное значение индустрии туризма и гостеприимства заключается в:

- А) обеспечении занятости населения, рациональном использовании свободного времени, притоке валюты в регион.

Б) сезонной дифференциации цен, развитию дорожно-транспортной инфраструктуры, увеличении спроса на сувенирную продукцию.

В) развитию личности, совмещении отдыха с познанием, мирной направленности, воспитании подрастающего поколения.

7. Выберите проблемы, возникающие в регионе в процессе развития индустрии туризма и гостеприимства.

А) Сезонность нагрузки, транспортные и социально-психологические проблемы.

Б) В регионе не возникает никаких проблем.

В) Сезонность нагрузки и нехватка квалифицированных кадров.

8. Каким образом можно решить проблему сезонности в индустрии туризма и гостеприимства?

А) Давать рекламу в специализированных изданиях, продумать систему скидок для постоянных клиентов, сокращать штат на туристских предприятиях.

Б) Предложить сезонную дифференциацию цен, развивать несезонные формы отдыха, обеспечить полноценный отдых в несезон.

В) Расширение местного производства услуг, развитие подсобных хозяйств, поиск альтернативных трасс для доставки туриста к объектам туристского показа и развлечений.

9. Дополните определение «Устойчивое развитие индустрии туризма и гостеприимства – это способность туризма в течение длительного периода времени сохранять свои количественные и качественные показатели, т. е. оправдывать ожидания \_\_\_\_\_, как в короткий, так и продолжительный период, не нанося ущерба окружающей среде той территории, которая заинтересована в этом явлении»

А. Инвесторов

Б. Правительств

В. Резидентов и туристов (гостей)

Г. Туристов

Д. Местного населения

10. Каков основной инструмент региональной администрации в организации системы устойчивого развития индустрии туризма и гостеприимства туризма?

А) создание и реализация целевой программы

Б) поддержка исследований в области отдельных видов туризма

В) формирование специального органа управления

#### ***Методические материалы по выполнению тестирования.***

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

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

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

#### ***Критерии оценки теста:***

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной

негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«*Не зачтено*» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее  $2/3$  всей работы.

**УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**Раздел 1. Моделирование социально-экономических процессов**

**Тема 1.1. Сущность, виды и функции моделей. Вещественные и абстрактные модели. Математические модели и их свойства**

**Иллюстрации:**



*Источник:*

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/7/7R0d5pJMrP9uV3ymFDAZWBwOgiX2c8Yk6ETnhv/slide-1.jpg>



*Источник:*

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/7/7q9x2tHB8pzZ4f1yJgMvaluNbOXGc5QRSmhAEn/slide-13.jpg>



*Источник:*

<https://cf.ppt-online.org/files1/slide/i/inZ6TzKrus5X7PHYRgMf4dtEw2NkGjOF8mQ9qA3B0v/slide-10.jpg>

**Тема 1.2. Основные понятия систем массового обслуживания. Классификация и характеристики**

**Иллюстрации:**

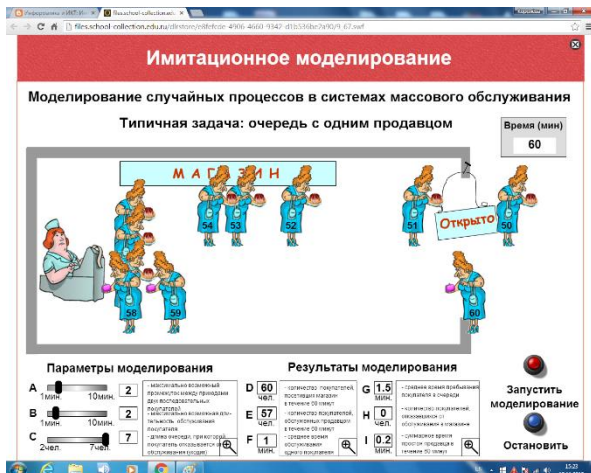




Источник:

[http://1.bp.blogspot.com/-L8TAQMqF0g8/VTCEzMdgi\\_I/AAAAAAAAAB7c/uWSHE2Cmtmk/s1600/123.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-L8TAQMqF0g8/VTCEzMdgi_I/AAAAAAAAAB7c/uWSHE2Cmtmk/s1600/123.jpg)

[http://1.bp.blogspot.com/-L8TAQMqF0g8/VTCEzMdgi\\_I/AAAAAAAAAB7c/uWSHE2Cmtmk/s1600/123.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-L8TAQMqF0g8/VTCEzMdgi_I/AAAAAAAAAB7c/uWSHE2Cmtmk/s1600/123.jpg)



Источник:

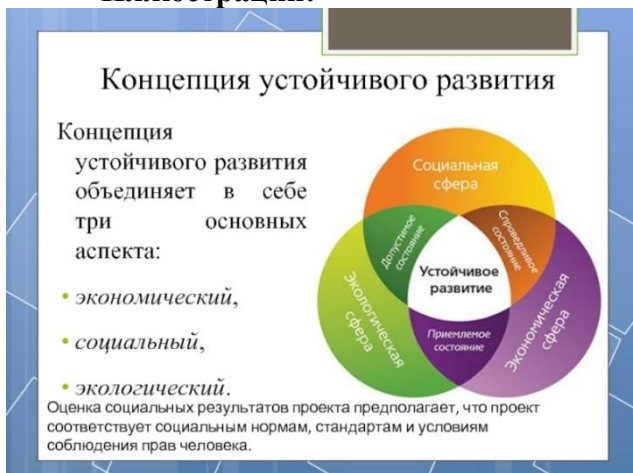
<http://2.bp.blogspot.com/-5Bkbt951b1E/VkxTR-F8JtI/AAAAAAAAADo/EXwRioN0og0/s1600/1.png>

<http://2.bp.blogspot.com/-5Bkbt951b1E/VkxTR-F8JtI/AAAAAAAAADo/EXwRioN0og0/s1600/1.png>

## Раздел 2. Моделирование устойчивого развития туризма в регионах

### Тема 2.1. Вопросы моделирования устойчивого развития туризма

#### Иллюстрации:

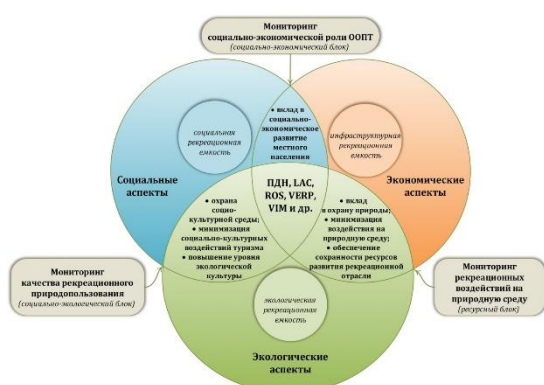


Источник:

<https://thepresentation.ru/img/tmb/2/105515/d87f667e285611055d37973463b38c42-800x.jpg>



Источник: [https://myslide.ru/documents\\_3/38f052f2c8612d01b1d4135cbeaee270/img11.jpg](https://myslide.ru/documents_3/38f052f2c8612d01b1d4135cbeaee270/img11.jpg)



Источник: [https://pandia.ru/text/82/087/images/img2\\_197.jpg](https://pandia.ru/text/82/087/images/img2_197.jpg)

## Тема 2.2. Математические модели устойчивого развития туризма

Иллюстрации:

### Метод математического моделирования

Модель устойчивого развития предприятия туристского комплекса (равенство совокупного спроса и совокупного предложения), по Макаровой Н.А., 2012 г.

$$Y_{\Sigma}^D = Y_{\Sigma}^S, \quad (3)$$

где

$$Y_{\Sigma}^D = \sum N_i \times P_i = \sum (k_1 \times N_1 \times P_1 + k_2 \times N_2 \times P_2 + \dots + k_i \times N_i \times P_i)$$

$$Y_{\Sigma}^S = \sum Y_x^S \times P_x \times \delta = \sum (\delta \times y_1 \times P_1 + \delta \times y_2 \times P_2 + \dots + \delta \times y_x \times P_x)$$

$N_i$  – количество туристских услуг “i” вида;  
 $P_i$  – цена туристской услуги “i” вида;  
 $Y_{\Sigma}^D$  – совокупный спрос на туристские услуги;  
 $k_{1..i}$  – коэффициент качества запрашиваемой туристской услуги;  
 $Y_{\Sigma}^S$  – совокупное предложение туристской услуги;  
 $x$  – вид предлагаемых услуг;  
 $P_x$  – стоимость предлагаемой услуги “x” вида;  
 $y_x$  – количество предлагаемых услуг вида “x”;  
 $\delta$  – коэффициент качества (комфортность) предлагаемой услуги вида “x”.

## существующие модели устойчивого развития

модель “микки маус”    “сильная” модель  
или модель “бычий глаз”    “слабая” модель



до 70-х гг. XX в.    1987 г.    2005 г.    t

Источник: <http://histpol.pl.ua/img/pages/9059-075.jpg>

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

| №<br>п/п | Содержание изменения  | Реквизиты<br>документа<br>об утверждении<br>изменения  | Дата<br>введения<br>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<br>Ученого совета<br>института<br>№ 2<br>от «27» 04 2023 года                 | 01.09.2023                    |
| 2.       | *   | Протокол заседания<br>Ученого совета<br>факультета<br>№ ____<br>от « ____ » ____<br>20 ____ года | __ . __ . ____                |
| 3.       | *   | Протокол заседания<br>Ученого совета<br>факультета<br>№ ____<br>от « ____ » ____<br>20 ____ года | __ . __ . ____                |
| 4.       | *   | Протокол заседания<br>Ученого совета<br>факультета<br>№ ____<br>от « ____ » ____<br>20 ____ года | __ . __ . ____                |